ESCRIBIR NOVELA ROMÁNTICA

Los 5 pilares fundamentales

Paola C. Álvarez

ESCRIBIR NOVELA ROMÁNTICA

Los 5 pilares fundamentales

Paola C. Álvarez

© *Escribir novela romántica. Los 5 pilares fundamentales*
© 2021 Paola C. Álvarez
© imagen de cubierta Freepik.

Todos los derechos están reservados incluidos los de reproducción, total o parcial.
Esta es una obra de ficción. Nombres, caracteres, lugares y situaciones son producto de la imaginación del autor o son utilizados ficticiamente y cualquier parecido con personas, vivas o muertas, establecimientos de negocios, hechos o situaciones son pura coincidencia.

Más información en: www.paolacalvarez.com

Índice de contenido

INTRODUCCIÓN
PRODUCTIVIDAD
1. Aprende a organizarte
2. Ladrones de tiempo
3. Tu plan de acción
4. Sistemas de planificación
5. Herramientas
ESCRITURA
1. Cómo escribir tu novela
2. El punto de partida: la idea
3. Argumento, trama y tema
4. La creación de personajes
5. Estructura interna: la trama
6. El narrador y el punto de vista
7. Atmósfera y ambientación: las descripciones
8. Erotismo
9. Planifica tu novela
EDICIÓN
1. Primeros pasos en la edición de tu novela
2. Errores básicos de ortotipografía
3. Errores más comunes en el estilo
4. Convierte tu manuscrito en un libro: maquetación y cubierta
PUBLICACIÓN
1. El momento de la publicación
2. Ventajas e inconvenientes de autopublicar
3. Cómo subir tu libro a Kindle Direct Publishing
VISIBILIDAD
1. Visibilidad online
2. ¿Necesitas un blog?
3. E-mail marketing, ¿sí o no?
4. ¿En cuántas redes sociales debes estar presente?
ÚLTIMOS CONSEJOS

INTRODUCCIÓN

Descubrí la novela romántica con trece años. Una amiga del instituto me prestó *Pasión otoñal*, de Candance Camp, y descubrí todo un mundo hasta entonces desconocido. Las novelas de Agatha Christie o Julio Verne dejaron de tener el mismo sabor, les faltaba algo, ese toque dulce y apasionante que me pellizcaba el corazón y me tenía despierta hasta las seis de la mañana.

Cuando eres una lectora tan voraz, el gusanillo de la escritura termina por hacerse un hueco en tu estómago y yo quería que esas historias de misterio también tuvieran final feliz, que Poirot encontrara a alguien con quien compartir su vida que no fuera el abnegado Hastings o que todas las aventuras de Verne fueran como las de Strogoff o Fogg.

Cuando eso no ocurría, las reescribía a mi manera. O, directamente, inventaba mis propios personajes e historias.

El paso inevitable que llega después es el de querer que alguien más lea lo que has escrito.

Cuando publiqué mi primera novela en abril de 2014, no tenía ni idea de nada. Escribía por intuición: no sabía distinguir una estructura, ni cómo se escribían los diálogos, si los personajes debían tener un arco de transformación o qué era eso de los puntos de giro o los conflictos.

Las lecturas tampoco me servían porque leía por puro placer, bebiéndome las letras, libro tras libro, tan involucrada en la historia que no sabía ver nada más allá.

Todo me pilló de improviso. Descubrí una comunidad de novela romántica en español que ignoraba que existía y tuve que deshacerme de un montón de prejuicios.

Fue todo muy rápido, maravilloso, increíble, inolvidable…, pero también doloroso.

La inexperiencia, la ignorancia y la ilusión por ver uno de tus mayores sueños cumplidos te hacen tomar decisiones sin sopesar las consecuencias. No me arrepiento, no soy de mirar hacia atrás y lamentarme; mi camino se bifurcó y elegí el difícil. Si no hubiera cometido esos errores, tal vez, mis pasos no me habrían traído hasta aquí.

Siempre había sido muy insegura y con bastante poca fuerza de voluntad, no me avergüenza reconocerlo porque he crecido desde entonces. Habría sido mucho más fácil seguir escribiendo para mí y olvidarme de todo lo que implica ser escritora, pero supongo que tener un puñado de lectoras a las que les habían gustado esas novelas llenas

de errores, escritas por intuición, sin técnica, me dieron el empujón necesario para no rendirme.

Y estudié.

Porque puedes tener talento, pero no es suficiente si quieres hacer de la escritura tu profesión, sobre todo, si tienes un grave problema con el perfeccionismo.

Me formé en corrección, *marketing*, redes sociales, programas de diseño, *copywriting*, productividad y, por supuesto, técnicas de escritura.

Decidí que quería tener bajo control todo el proceso de creación de una novela romántica; no volvería a sufrir por las campañas de ventas que hicieran otros, ni por los diseños de los libros en cuanto a cubierta y maquetación, que yo decidiría el precio, el cómo y el cuándo.

Hice de la autopublicación mi bandera. Y no porque me hayan rechazado las editoriales. Es porque así lo he decidido.

Pero llegó un momento que escribir mis propias novelas o corregir las de mis compañeras me sabía a poco. Tenía que hacer algo con todo el conocimiento adquirido a lo largo de todos estos años de estudio y experiencia. Y monté un programa de mentorías individuales y personalizadas para que las escritoras que tengan dificultades puedan apoyarse en una guía que les señale el camino, acabar ese proyecto que quieren ver publicado, empezar a escribir esa novela que llevan deseando sacar de su cabeza desde hace tiempo o descubrir en qué están fallando para ponerle solución.

Pero no me quedé ahí, porque el siguiente paso fue la creación de mi escuela para escritoras de novela romántica con diferentes cursos para que ese aprendizaje que a mí me costó años sea más asequible y cercano para ti.

Con este libro voy un poco más allá, es mi forma de poner en tus manos una metodología probada, práctica y muy útil. No voy a enseñarte técnicas narrativas ni escritura creativa, ya hay muchos manuales que puedes consultar para eso; este libro es, en realidad, una hoja de ruta que he diseñado con el objetivo de mostrarte los pilares fundamentales sobre los que se sustenta la escritura profesional de novela romántica hoy en día.

Estos pilares son:

1. Productividad: porque para escribir de forma profesional no basta con escribir, sino que debes afrontarlo como un negocio con las obligaciones y tareas que ello implica.

2. Escritura: porque escribir romántica no es solo contar un par de escenas subidas de tono y que los protagonistas sean felices y coman perdices. Es mucho más.

3. Edición: porque la calidad literaria puede medirse y una buena corrección, maquetación y diseño es lo que convierte un manuscrito

en un libro.

4. Publicación: porque hay diferentes métodos de poner tu libro en el mercado según los objetivos que tengas como escritora.

5. Visibilidad: porque el *marketing online* es esencial si quieres hacerte un hueco en el mundo literario como escritora de romántica.

Este libro está estructurado tomando esos cinco pilares como base. Cada uno es un bloque dividido en diferentes capítulos que he intentado que sigan un orden lógico para que:

- aprendas a gestionar lo que haces con tu tiempo y te dejes de excusas,
- seas más productiva escribiendo,
- tengas claros los elementos que conforman una novela y aprendas cómo trabajarlos,
- sepas hacer una escaleta que te sirva de guía y te aleje del síndrome de la hoja en blanco,
- aprendas cómo debes afrontar el proceso de revisión de tu manuscrito y, finalmente,
- tengas claro qué pasos debes dar a la hora de publicar y crear una comunidad de lectoras a tu alrededor.

Espero conseguirlo.

PRODUCTIVIDAD

1. Aprende a organizarte

La falta de tiempo es uno de los mayores hándicaps que tenemos las escritoras. Si tienes hijos y un trabajo nutricional (porque los libros no te dan para comer), raspar horas para escribir, y no digamos para todo lo demás, es casi un milagro.

Cuando empecé a trabajar como correctora en 2016, dejé de escribir. Me resultaba imposible sacar más tiempo si tenía que corregir, revisar y volver a corregir, escribir en el blog, mantener Instagram, Facebook y Twitter, una *newsletter*, mi casa, mis hijos, mi vida…

Abruma un poco, por eso ser más productiva pasó a ser una necesidad si no quería vivir en un bucle de estrés constante. Adquirir nuevos hábitos de organización y planificación requiere práctica y paciencia, sin perder de vista en ningún momento que es imposible llegar a todo. No hay ningún secreto, solo tener constancia y no rendirse.

Ser organizada no implica limitar tu creatividad, al contrario, planificar te proporciona tranquilidad al saber qué tienes que hacer, ganas en libertad para poder dedicarle más tiempo a otras facetas de tu vida y alimentarte de nuevas experiencias que alimenten tu imaginación.

He perdido la cuenta de los cursos de organización y gestión del tiempo que he hecho y de los múltiples métodos que he utilizado (*planners*, agendas, *bullet journal*, aplicaciones digitales, planificadores personalizados diseñados por mí, archivadores). Al final, descubrí que los sistemas repiten las mismas bases y que lo más sencillo es lo más útil, pero que todo pasa por conocer tus propios ritmos. En este primer bloque voy a darte las bases para que los descubras y que tu productividad como escritora sea mucho más eficiente.

2. Ladrones de tiempo

Este apartado es fundamental. Para saber cómo distribuir tu tiempo, primero tienes que saber en qué lo gastas y no puedes saber a dónde se van tus días si no los analizas. Para ello, te propongo el primer ejercicio de este bloque: durante tres días apunta todo lo que haces y cuánto tiempo le dedicas, es decir, cuándo tardas en asearte, desayunar, ordenar la casa, etc. Una herramienta que te puede ayudar a controlar los minutos es Toggl. Al principio te costará acostumbrarte a encenderlo y apagarlo, pero es un método fantástico para controlar el tiempo que le dedicas a cada tarea. Tendrás una estimación muy aproximada y podrás tomar decisiones para optimizarlas.

No hagas trampas y mete también las ocasiones en las que estás mirando el teléfono, procrastinando o viendo la tele. Solo lo vas a ver tú, no tienes que enseñárselo a nadie, así que sé lo más sincera posible.

Habrá tareas que se repiten diariamente y que no puedes dejar de hacer, como llevar a tus hijos al cole, ir al trabajo o hacer el almuerzo, pero habrá otras que son verdaderos ladrones de tiempo.

¿Y qué son los ladrones de tiempo? Son todas aquellas situaciones que te roban tus valiosos minutos, bien porque te distraes, porque no sabes decir que no o porque te sientes bloqueada y prefieres hacer cualquier otra actividad antes que dedicarte a trabajar para alcanzar tus objetivos. Seguro que te sientes identificada con alguna.

1. Interrupciones

Llamadas, visitas, correos electrónicos, ojear las redes… son una fuente inagotable de fugas de tiempo. Puede surgir alguna urgencia, pero la mayoría de ellas puedes retrasarlas a otros bloques de tiempo que no interrumpan tu horario diario de trabajo. En mi caso, mi madre y mi suegra me llamaban sistemáticamente todos los días en mitad de mi hora de más productividad. Perdía más de una hora entre llamadas y la recuperación del flujo de trabajo.

Tener que decirles que no me llamaran más justo en ese momento me costó mucho porque me daba vergüenza y me parecía mal. Pero tenía que hacerles entender que, aunque estuviera en casa, estaba trabajando y que no podían llamarme a diario a esa hora. Tardaron en acostumbrarse, pero después de un par de veces de no coger el teléfono, se dieron por aludidas y empezaron a llamar en un horario

donde pudiera atenderlas sin frustrarme ni perder mi tiempo de trabajo.

2. Notificaciones

Seguro que siempre tienes el móvil a mano, incluso ahora, mientras lees este manual. Suena un pitido y tus ojos se desvían. Intentas seguir concentrada en lo que estás haciendo, pero es demasiado tarde, tu cerebro se pregunta quién o qué será: has perdido la concentración.

Apagar el teléfono es la mejor solución, pero no siempre se puede, sobre todo, si necesitas estar disponible por si te llaman del colegio.

Lo que sí puedes hacer es silenciar las notificaciones o desconectar el wifi y los datos, así, no te llegará ningún aviso de redes sociales, ni wasaps ni correos. Cero distracciones.

3. Redes sociales

¿Sabes que cada red tiene su propio medidor de tiempo de uso? En Instagram, entra en «Configuración», «Cuenta» y «Tu actividad». Y asústate. Lo mismo puedes hacer en Facebook y Twitter. Si sumas el tiempo diario que le echas en total a las redes, la fuga de minutos es brutal.

Las propias redes traen de serie un recordatorio diario que puedes programar para que, cuando lleves x tiempo, te salte una alarma avisándote de que has gastado el cupo asignado.

Lo más eficaz es programar las redes y solo dedicarle un rato al día para revisar comentarios y mensajes. Además de ganar en productividad porque no tendrás que ir a salto de mata con el resabido «qué publico hoy», ganarás un montón de tiempo que podrás dedicar a otras tareas relacionadas con tu escritura.

4. Falta de organización

Está íntimamente ligada al apartado anterior. Si no te organizas, no sabes qué tienes que hacer y lo más probable es que picotees de aquí y de allá como pollo sin cabeza, dejando tareas a medias y agobiada porque al final del día has hecho muchas cosas pero no lo principal: escribir. Recuerda que no es lo mismo estar ocupada que ser productiva.

La noche anterior deja por escrito lo que tienes que hacer al día siguiente o revisa la agenda para ver qué tienes programado. Así, irás directa a las tareas pendientes, avanzarás en ellas y la sensación de que has tenido un día productivo será un subidón para tu autoestima.

5. Procrastinación

Cuando nos sentimos bloqueadas, el esfuerzo que supone averiguar cómo salir de esa situación nos obliga a posponerlo. Sabes que tienes que escribir esa escena, pero es difícil y no sabes cómo enfocarla; algún personaje no te convence, pero ya llevas mucho avanzado y retocar todo lo que llevas escrito te da una pereza enorme; tienes que preparar contenido para las redes sociales, pero no se te ocurre nada y estás cansada…

Es más fácil abrir Instagram y perder el rato mirando las fotos que ya has visto docena de veces, ¿verdad? Entras en el bucle infinito Instagram-Facebook-Twitter-Telegram y, cuando te quieres dar cuenta, la tarde ha volado y es la hora de la cena.

6. Parálisis por análisis

Alguna vez me ha pasado que tenía tantas cosas en la cabeza y tantas cosas que hacer que no saber por dónde empezar me dejaba paralizada. Buscar información, ver videotutoriales, hacer cursos… se convertía en una forma de no empezar en serio a hacer lo que debía.

Perder el tiempo «planificando» también es una forma de dar vueltas y vueltas y no sentarte a terminar proyectos. En el caso de la escritura, eternizar el proceso de documentación, por ejemplo, es una forma de no sentarte a escribir.

En el siguiente apartado te explico cómo solucionar todo esto.

3. Tu plan de acción

Para establecer objetivos a largo, medio y corto plazo, primero tienes que verte en el futuro, a dónde quieres llegar. ¿Ser una *best seller* o una escritora reconocida? ¿Publicar en una gran editorial y hacer giras internacionales? ¿Ganar el suficiente dinero para dejar tu trabajo por cuenta ajena?

Te propongo la siguiente actividad: escríbete una carta contándote cómo quieres que sea un día normal en tu vida dentro de cinco años. No te saltes el ejercicio, es importante tener sueños y visualizarlos, dejarlos por escrito para que puedas recurrir a ellos cada vez que te sientas desmotivada o frustrada. Es un ejercicio introspectivo que te ayudará a poner el foco en lo que quieres conseguir.

Una vez que has redactado tu carta, vete a Pinterest y busca esas fotos que representen lo que quieres ser en el futuro. Ve guardándolas en una carpeta privada y, si te gusta el diseño y trastear con Canva, puedes transformar tus sueños en imágenes y hacerte un *vision board*, una representación de la vida ideal que te gustaría tener.

A) Establecer objetivos

Este ejercicio ha sido muy motivador y divertido, ¿verdad? Pero de nada sirve tenerlo ahí si no desarrollas un plan de acción para alcanzarlo, fijar objetivos, estrategias y las acciones necesarias.

Parece más complicado de lo que es. Se trata de ir desgranando los objetivos grandes en más pequeñitos para que sean fáciles de realizar y menos pesados.

Te pongo un ejemplo para que no te aturulles y veas que es más fácil de lo que parece.

- Sueño: dejar mi trabajo y vivir de la literatura.
- Objetivo: tener un catálogo de ocho libros en cuatro años.
- Estrategia: escribir y publicar dos novelas al año.
- Acciones: escribir a diario una media de x horas o x palabras.

Tendrás que esforzarte y dedicarle un par de tardes a pensar con detenimiento. Ser escritora hoy en día no es solo escribir, ya deberías saberlo. Ser una escritora profesional implica llevar a cabo muchas más tareas relacionadas con nuestra marca personal, redes sociales,

marketing, etc.

No te vengas arriba con los objetivos. Te recomiendo que no te pongas más de tres en un año, deben ser realistas para que no te vengas abajo cuando falles. Sí, lo pongo en presente porque fallarás. Por mucho que te planifiques, habrá días que la vida te coma, que surjan imprevistos, que enfermes o que tengas que cuidar a tus hijos. Y no pasará nada. Porque planificarse no significa que tengas que ser inflexible y rígida, que si un día no cumples todas las tareas de la lista tengas que fustigarte.

Te he hablado de sueños y de objetivos. En el ejemplo sencillito de plan de acción de más arriba has visto que hay una diferencia sustancial entre ambos y es que los sueños son deseos intangibles. Soñar con vivir en una casa con muchos armarios y un jardín en el que poder escribir con el sonido de los pajarillos y la brisa de la primavera acariciando tu piel no es un objetivo, es un deseo. Un sueño es vivir de la literatura o que tus hijos no estén peleándose cada cinco minutos.

Un objetivo es proponerte ganar el dinero suficiente al mes para poder comprar la casa de tus sueños, publicar dos novelas al año o pedir una plaza para tus hijos en un internado militar. ¿Ves la diferencia?

Seguro que has oído hablar de los objetivos SMART, pero, por si acaso, te explico un poco de qué va.

Los objetivos, como supongo que has deducido, deben estar bien definidos y ser concretos y claros; para asegurarnos de que cumplen esos requisitos se utiliza el método SMART:

- S de específico: qué quieres conseguir. Intenta que sea lo más conciso que puedas.
- M de medible: para poder medir se necesitan números, así que pon cantidades o porcentajes para que puedas analizar tus pasos.
- A de alcanzable: sé realista. Está bien ser ambiciosa, pero si tienes un trabajo fuera de casa, hijos y otras obligaciones no te propongas escribir cuatro novelas en un año.
- R de relevante: tu objetivo debe tener una importancia capital para ti, para que siempre te sientas motivada.
- T de temporal: por último, debes acotar una fecha para su realización. Así, estarás más comprometida y no lo aplazarás.

Hazte estas preguntas cuando fijes tus objetivos: ¿Qué quiero conseguir? ¿Cómo puedo medirlo? ¿Es realista y alcanzable? ¿Por qué es importante para mí? ¿Cuándo lo tendré hecho?

B) La estrategia

Hasta ahora has soñado con tu vida ideal y la has desgranado en objetivos. Hemos visto el qué. Pero esos objetivos todavía se ven enormes, así que vamos a hacerlos un poco más pequeños estudiando el cómo.

Haz una lluvia de ideas de cosas que podrías llevar a cabo para conseguir ese objetivo siempre con el cómo en el horizonte.
Veamos un ejemplo. Imagina que uno de tus objetivos es alcanzar 1000 seguidores en Instagram el 31 de diciembre. ¿Cómo puedes conseguirlo?

- ○ Publicando diariamente.
- ○ Manteniendo un diseño original y atractivo.
- ○ Utilizando más *storytelling*.
- ○ Impulsando *stories* con directos.
- ○ Implicando a mi audiencia con llamadas a la acción.
- ○ Con *posts* invitados.
- ○ Organizando sorteos.
- ○ Con una buena estrategia de *hashtags*.

Una vez que tengas tu lista de cómos, intenta agruparlos en bloques de tres. En el ejemplo podrían ser: *feed, stories y hashtags*.
Realiza este ejercicio para cada uno de tus objetivos. No te desesperes si no se te ocurren suficientes estrategias, este trabajo no se hace en una tarde. Además, piensa en cosas con las que te sientas cómoda y te veas capaz de hacer. Si tienes pánico escénico y te ves incapaz de superarlo, no pongas hacer vídeos como parte de tu estrategia.
También te digo que todas somos más capaces de lo que pensamos y que si no lo pruebas y te enfrentas a tus miedos, nunca sabrás si podrías haberlo hecho y explotado.

C) Las acciones

Llegamos al final de la planificación de objetivos: las acciones. Ya sabemos los objetivos para alcanzar ese deseo con el que soñamos y hemos pensado tres bloques de estrategias para llevarlos a cabo. ¿A que ahora parece más fácil conseguirlos?
Todavía nos queda un último paso, asignar las acciones o tareas para desarrollar cada estrategia.
Sigamos con el ejemplo anterior. Quieres tener 1000 seguidores el 31 de diciembre y para ello vas a trabajar el *feed*, *stories* y los *hashtags*.

Ahora, piensa tres acciones para cada bloque.

- Para el *feed*:
  - ○ Publicar una vez al día o x veces a la semana.
  - ○ Definir las temáticas de contenido.
  - ○ Aplicar *storytelling* y *copywriting* a los textos.

- Para *stories*:
  - ○ Definir temáticas de contenido.
  - ○ Diseñar varias plantillas.
  - ○ Hacer más directos/mostrarte más.

- Para *hashtags*:
  - ○ Hacer listado de *hashtags* de mi temática.
  - ○ Analizar el volumen de búsquedas de cada uno.
  - ○ Hacer grupos para los diferentes contenidos.

Tendrás que hacer este proceso con cada uno de los objetivos que te hayas planteado.

Recuerda que los objetivos tienen que ser realistas y seguir el método SMART para que puedas medir los resultados de tus acciones. Analizar es importante para redirigir el camino cada vez que sea necesario y replantear tus estrategias.

Tener un plan de acción da seguridad y ayuda a gestionar mucho mejor tu tiempo. Sabrás qué hacer en cada momento y cuándo, lo que aumentará tu productividad, serás más positiva y ganarás en confianza.

Te dejo trabajando en tus objetivos, estrategias y acciones. En el siguiente apartado, veremos cómo planificar tus meses, semanas y días para aplicar tu plan.

4. Sistemas de planificación

Pensar un plan de acción es muy motivador, por lo menos, a mí me lo parece. Das vueltas a lo que quieres hacer, piensas cómo lo vas a hacer y te da un subidón de energía deseando empezar a aplicarlo.

Pero ¿cómo se hace? ¿Por dónde empezar? ¿Tengo que hacerlo todo a la vez?

Tus tres objetivos principales son con vistas a un año, por lo que tienes doce meses por delante para alcanzarlos. Doce meses con sus treinta días cada uno. Respira.

Hasta ahora, hemos ido desgranando las metas grandes en otras más pequeñas para hacerlas fáciles y asequibles. Con la planificación pasa igual.

Si tienes agenda o alguna aplicación móvil, estupendo, utiliza tus herramientas favoritas.

Ha llegado la hora de poner fecha a tus objetivos. Sin perder de vista tu ritmo de vida y tus circunstancias personales, señala en el calendario anual cuándo tienen que estar resueltos esos objetivos. Pueden ser terminar tu novela, montar un blog o llegar a x seguidores en tus redes sociales.

Una vez que has fechado los objetivos, toca colocar las estrategias a lo largo de los doce meses de forma que cada mes tenga un miniobjetivo.

En el caso de montar un blog, un mes puedes dedicarlo a preparar el diseño o contratar a alguien para que lo haga, el mes siguiente, lanzar el *lead magnet* para captar suscriptores, el tercer mes, alcanzar x visitas, etc. Así sucesivamente con cada estrategia para alcanzar tu gran objetivo anual.

El siguiente paso es la planificación semanal, el meollo de todo porque se trata de planificar tus días para tener el control de tu tiempo y organizarlo alrededor de tu gran objetivo.

Para la planificación semanal existen varios sistemas que puedes utilizar según tus preferencias. Si todavía no tienes una metodología para organizarte, te animo a probar las que te propongo para ver cuál se adapta mejor a tus necesidades.

A) Listas de tareas

Durante mucho tiempo trabajé exclusivamente con listas de tareas,

son un buen sistema para despejar la mente y aprender a priorizar. Tenerlo todo por escrito te libera para concentrarte en asuntos más importantes. Al principio puede ser un poco abrumador porque debes apuntar todas aquellas tareas que tienes pendientes. Y cuando digo todas, son todas. Desde comprarles zapatos a los niños hasta preparar el contenido de tus redes sociales de la semana.

Lo más sencillo es escribirlo todo en una hoja de papel o en alguna aplicación como Evernote o Google Task. Te aviso de que no terminarás la lista en una sola tarde, tienes que exprimir tu cerebro, revisar punto por punto todos los aspectos de tu vida personal, profesional y familiar.

No te asustes cuando veas las listas interminables de asuntos pendientes, no tienes que terminarlos todos a la vez, incluso descubrirás que algunos puedes delegarlos y otros, borrarlos. ¿Cómo? Con la tabla de Eisenhower.

Con esta tabla, las tareas se clasifican así:

- Importante y urgente: hazlo ya.
- Importante y no urgente: ponle fecha.
- No importante y urgente: delega.
- No importante y no urgente: bórralo.

Tus tareas importantes son aquellas que te acercan a tus objetivos, son tu prioridad, tus tareas roca, las que tienes que hacer sí o sí sin excusas. Si son demasiado grandes, divídelas y planifícalas dentro de tu semana. Hasta que no acabes una de esas tareas roca no debes pasar a la siguiente.

Intercala tareas pesadas con otras que requieran menos concentración, así descansarás y podrás ir tachando tareas menores de tu lista de pendientes.

B) *Time blocking*

O lo que es lo mismo, establecer un horario como los de toda la vida. Consiste en reservar bloques de tiempo para realizar una actividad en concreto. A mí es lo que mejor me funciona. Antes era mucho de listas (todavía las sigo usando para no perder de vista mis asuntos pendientes), pero no baso mi planificación en ellas por el simple hecho de que nunca se acaban. Las tareas se alargan y no avanzo, termino el día con la sensación de no haber parado pero sin ir a ninguna parte.

Con el *time blocking* asignas un bloque a una tarea concreta y, cuando se cumple el tiempo establecido, paras. De esta forma, estás enfocada en la actividad que tienes entre manos, sabes qué tienes que hacer y cuánto tiempo y tu día se convierte en superproductivo. Esto se debe a

la llamada ley de Parkinson, que establece que una tarea o actividad se expande hasta llenar el tiempo disponible para ella, por eso, acotar tiempos concretos para hacer algo te ayuda a no estar con esa tarea eternamente.

Lo primero es sentarte una tarde a planificar. El mejor momento suele ser el domingo, cuando estás descansada y predispuesta a reflexionar sobre qué quieres avanzar en tu plan de objetivos para la semana que entra.

Primero bloquea tus obligaciones: llevar a los niños al cole, trabajo nutricional, almuerzo, actividades extraescolares, etc.

Luego en los bloques libres, ve colocando las tareas que vas a hacer esa semana. Para que sea más visual, puedes utilizar un sistema de colores para cada tema. Un consejo muy útil es que agrupes las pequeñas tareas en un solo bloque: revisar el *e-mail*, contestar comentarios de redes, llamadas, etc. Esto te ayudará a optimizar el tiempo y ser más eficaz a la hora de realizar las tareas grandes, puesto que no estarás pendiente del resto de cosas que tienes que hacer.

Es normal que las primeras veces no aciertes con la cantidad de tiempo que tardas para realizar cada tarea, no pasa nada. Poco a poco irás afinando y estimando mejor las horas que empleas en cada cosa.

También debes dejar huecos libres para posibles imprevistos y terminar aquellas tareas que no has podido acabar en su momento. Si cuando llegues ahí no tienes nada pendiente, genial, tiempo libre para ti.

C) Técnica del pomodoro

Otra forma muy popular de gestionar tareas es mediante la técnica del pomodoro. Consiste en dividir el trabajo en bloques de veinticinco minutos con descansos de cinco minutos entre ellos. Después de cuatro bloques, puedes hacer un descanso más largo de veinte o treinta minutos. Durante esos minutos de trabajo, tu nivel de concentración debe ser máximo.

Puedes usar esta técnica para actividad no creativas como programar redes o que sean más mecánicas. Para escribir no es aconsejable porque el tiempo que cada escritora tarda en entrar en estado de *flow* es diferente. En mi caso, por ejemplo, necesito casi el doble de tiempo para coger ritmo de escritura fluida.

5. Herramientas

Has aprendido a establecer objetivos y desarrollar un plan de acción para conseguirlos. También hemos visto sistemas de planificación para llevarlo a cabo en tu día a día. En este apartado voy a enseñarte algunas herramientas que te pueden ayudar a poner todo esto en práctica.

Agenda

En el mercado existe una oferta enorme de agendas y planificadores mensuales, semanales y diarios, con fechas o sin ellas, digitales o de papel, y con decenas de opciones para que organices todos los aspectos de tu vida.

A mí me ha costado encontrar una agenda que me sirva al cien por cien. Cuando tienen muchos apartados, no suelo usar la mitad y me da rabia desaprovecharla. Además, todos esos extras en realidad son distracciones, las agendas son herramientas de gestión del tiempo, por eso, para mí, cuanto más sencillas, mejor.

Lo que yo busco en una agenda es sencillez y eficacia. No necesito colorines ni frases motivadoras ni multitud de apartados, aunque, eso sí, me gusta que sean bonitas. Por eso he diseñado mi propia agenda para escritoras con todo lo que necesito para el ejercicio de mi trabajo.

Hay disponibles varios formatos, puedes echarle un vistazo aquí si te apetece.

Google Calendar

Con esta aplicación llevas tu horario a todas partes. Puedes consultarlo desde el ordenador y desde el teléfono y puedes sincronizarlo con un montón de aplicaciones más para tenerlo todo reunido en un mismo sitio y no olvidarte de nada.

Además, puedes usar colores para cada categoría y evento y verlo todo con un simple vistazo, personalizarlo para ver el mes, la semana o solo el día que toca, incluir recordatorios de aviso o incluso recibir un *e-mail* con las tareas que tienes previstas para el día.

Excel

Yo lo utilizo para mis calendarios editoriales del blog, *newsletters* o redes, llevar un seguimiento de las estadísticas y para contabilidad. Lo subo a Drive y siempre va conmigo si en algún momento tengo que consultar algo.

Asana

Es una de las mejores aplicaciones para organizar proyectos, muy fácil de usar e intuitiva. Los proyectos se organizan en listas o tableros (a diferencia de Trello que solo trabaja con tableros) y en cada una añades la información que necesitas.

Lo puedes utilizar para tus proyectos personales y profesionales. También de escritura. Yo, por ejemplo, lo usé como ruta para escribir este libro. Te explico un poco por encima cómo lo hice.

Primero creé un proyecto llamado Libro de no ficción, dentro del proyecto puse varias secciones relacionadas con los bloques de contenido de este libro, la edición y el lanzamiento.

En cada sección añadí listas con el desglose de cada bloque poniéndoles una fecha de vencimiento, es decir, para cuándo tenían que estar escritas y preparadas esas listas. De esta forma, podía vincular el proyecto con mi planificación mensual y semanal.

Forest

Todo eso de planificar el día y la semana y el mes está muy bien siempre y cuando seas capaz de evitar las distracciones.

No puedo apagar el móvil por si hay una emergencia en el colegio de mis hijos, pero sí puedo evitar entrar en redes, no contestar wasaps ni mirar el correo con Forest.

Forest es una aplicación en la que, si te distraes, matas a un arbolito. Te aseguro que cuando tienes un bosque más o menos mono, que se te muera da mucha rabia. Debes escoger el tiempo que vas a trabajar y ponerlo en la aplicación, a partir de ahí, si sales de ella, tu bosque va muriendo.

Es una forma de concentrarte en no mirar el teléfono bastante curiosa.

Toggl

Esta es otra aplicación de gestión del tiempo. Funciona mediante pomodoros de tiempo que tú eliges como si fuera un cronómetro. Así, puedes saber exactamente qué tiempo has dedicado a cada tarea y te aseguras de no pasarte. La única pega es que, hasta que no te acostumbras a utilizarlo, muchas veces se te olvida darle al *play* o al

stop.

Es ideal para analizar tus días y tus ladrones de tiempo cuando todavía no tienes un sistema de planificación efectivo.

Seguro que hay muchas más herramientas estupendas que pueden ayudarte a gestionar tu tiempo y a planificarte, pero estas son las que yo uso y me van muy bien.

En este bloque hemos visto cómo puedes mejorar tu productividad y organizarte para sacar tiempo para escribir y cumplir tus sueños y objetivos, ahora nos meteremos de lleno en el proceso de escritura.

ESCRITURA

1. Cómo escribir tu novela

Escribir una novela no es solo vomitar palabras con más o menos acierto, sino que requiere un mínimo trabajo de estructuración. Da igual si escribes por instinto o lo planificas todo al milímetro, una novela debe sustentarse en una serie de elementos imprescindibles que, juntos, forman el esqueleto de la historia que quieres contar.

Por eso es importante no dejarlos al azar y trazar una línea básica que te sirva de guía durante el proceso de escritura. Voy a enfocarlos en la novela romántica y con el propósito de que puedas crear tu propia escaleta al finalizar este apartado.

Una escaleta es un documento donde se recoge toda la información que vas a necesitar a la hora de escribir tu novela romántica. Puedes hacerla tan extensa como quieras e incluir todos los detalles que consideres oportunos. En mi opinión, cuanto más completa sea, más fácil será que no te pierdas y podrás evitar los temidos bloqueos del escritor.

En resumen, ¿qué vas a aprender en este bloque? Vamos a ver cómo empezar a desarrollar un argumento a partir de diferentes tipos de ideas, qué son argumento, trama y tema, qué características hacen que un personaje sea redondo, cuáles son los componentes de una trama, la importancia de elegir el narrador adecuado, qué son la atmósfera y la ambientación en la novela romántica, los distintos grados de erotismo que puedes incluir y cómo utilizar toda esta información para planificar tu novela antes de escribirla.

2. El punto de partida: la idea

Tu cabeza ha hecho clic y te ha venido una idea para una novela romántica fabulosa. ¿Ahora qué? Las ideas para escribir una novela pueden surgir de cualquier parte, pero una vez que tienes claro sobre qué quieres escribir, hay que ponerse manos a la obra.

Si tienes experiencia escribiendo novelas, sabrás que el proceso no es tan sencillo como sentarte y esperar que los dedos vuelen solos por el teclado. Si eres novata, saber por dónde empezar seguro que te resulta complicado.

Sea cual sea tu idea, deberás darle forma para construir toda una historia a su alrededor.

- Si tu idea es un personaje:

Empieza a darle forma tridimensional apuntando sus características básicas. ¿Cómo se llama? ¿Cómo es físicamente? ¿Qué nivel de estudios tiene? ¿Dónde vive? ¿En qué trabaja? ¿Cuál es su nivel económico? ¿Qué relación tiene con su familia? ¿Tiene pareja?

A partir de ahí, profundiza en su carácter y cómo se relaciona con los demás. De aquí podrás sacar su forma de andar, de hablar, de gesticular.

Por último, invéntale un pasado, si está satisfecho con su vida, qué lo motiva, cuál es su historia a grandes rasgos.

Desmontando a Carter nació así, de un personaje que quería que fuera tanto protagonista como antagonista, porque sus miedos provienen de sí mismo.

Ya tendrás un punto de partida para escribir tu novela.

- Si tu idea es un lugar:

Empieza preguntándote por qué te atrae ese lugar en concreto, qué es lo que más te llama la atención, qué sensaciones te despierta. ¿Hay ruinas? ¿Es una playa? ¿Un edificio antiguo abandonado?

Los lugares y escenarios son importantísimos y es uno de los aspectos que menos se trabajan en novela romántica. Muchas veces, la acción parece que se desarrolla en cualquier ciudad/pueblo/país indeterminado; no tiene características propias, es como un lienzo en blanco que no aporta ni enriquece.

Investiga sobre la historia de ese lugar que tanto te ha gustado como para escribir una historia a su alrededor, su forma de vida, sus gentes, sus costumbres.

Es posible que durante el transcurso de tu investigación encuentres detalles que incentiven tu creatividad y que te ayuden a desarrollar la historia que quieres contar.

- Si tu idea es un tema:

Puede ser que quieras hablar de un tema en concreto. A mí me gusta hablar de la búsqueda de la felicidad, de no acomodarse, de la valentía de cambiar de vida. Son temas recurrentes en mis novelas porque creo que no hay nada más importante en la vida (además de la salud, claro) que intentar ser feliz.

Feminismo, fidelidad, traumas familiares, complejos… el catálogo es superamplio. Ahora me viene a la mente la novela de Tessa C. Martín, *Y sí, te quiero*, que habla de la ansiedad y cómo nos condiciona nuestro día a día. José de la Rosa en *Gigoló* habla de la infidelidad, Shirin Klaus en *Quiérete, quiéreme*, de los complejos físicos, Alissa Brontë en *Tiritas de amor*, de que las segundas oportunidades están donde menos te las esperas.

Como ves, la cantidad de temas de los que puedes hablar son infinitos, pero, como en el caso anterior, documentarse e investigar sobre lo que quieres hablar es un paso que no te puedes saltar si quieres que tu novela sea coherente y verosímil.

Para desarrollar una novela a partir de un tema, puedes utilizar el sistema del copo de nieve. Consiste en escribir una frase que englobe el tema que has pensado. A partir de ahí, esa frase tienes que dividirla en otras cinco y así sucesivamente hasta que tienes el esbozo de un argumento.

- Si tu idea es una imagen cotidiana:

Solemos ser animales de costumbres fijas. Yo hago todos los días los mismos caminos para ir al cole y a las actividades extraescolares; salirme de ellos hasta me molesta. Es normal cruzarte con la misma gente que también lleva a sus hijos al cole o va a trabajar, o ver las mismas situaciones, como el panadero que aparca en un callejón peatonal para llevar el pan de la furgoneta a la tienda, o la chica que abre la persiana de la farmacia todas las mañanas a la misma hora.

Tal vez, ese repartidor que todos los días descarga en el bar de la esquina y que siempre tiene cara triste oculte una historia detrás. ¿Quién es? ¿Por qué parece infeliz? ¿Por qué trabaja ahí?

Hazte preguntas sobre esa situación e intenta contestarlas. Tendrás el esbozo de tu novela.

3. Argumento, trama y tema

Es común confundir argumento, trama y tema, pero no son lo mismo y por eso he creído conveniente marcar las diferencias en este breve apartado.

El argumento es el orden cronológico de los sucesos que ocurren en la novela, es decir, lo que quieres contar.

La trama, sin embargo, es la forma en la que se organiza el argumento, cómo lo cuentas. Aquí puedes jugar con gran cantidad de aspectos para dirigir a las lectoras hacia donde quieres.

En el cómo es donde radica tu voz y tu estilo, tu toque diferencial.

Hablaré de cómo construir una trama más adelante.

En cuanto al tema, es la premisa de tu historia, una frase breve que sintetiza lo que pasa y que plantea los problemas de los personajes.

En romántica está todo escrito, la diferencia radica en cómo la escribas tú y tu forma única de entender la romántica y transmitirla. Por eso no importa que repitas una idea o que partas de un cliché.

Es normal que algunas autoras suelan tratar los mismos temas en sus obras como seña de identidad. Por ejemplo, que los personajes no se queden estancados en una vida que no les gusta es un tema recurrente en mis propias novelas.

4. La creación de personajes

En novela romántica, las lectoras quieren emocionarse, sentir la historia, es uno de los atractivos de nuestro género y lo que hace que despierte tanto interés y sea tan popular.

Y solo los personajes son capaces de conseguirlo.

Son el motor de la historia, de hecho, esta arranca porque a la protagonista le sucede algo y las lectoras quieren saber el qué, el cómo y el cuándo, acompañarla desde las primeras páginas.

Cuando un personaje es creíble, real, sólido, puede llegar a provocar en las lectoras una reflexión sobre sus propias circunstancias y pensamientos. Y eso es maravilloso.

Para crear personajes memorables, puedes inspirarte de varias formas, construirlos desde tu imaginación o captar actitudes de personas que se han cruzado contigo. En cualquier caso, los aspectos básicos que debes tener en cuenta a la hora de crearlos son:

- Deseo: tu protagonista debe querer algo que lo empuje y que impulse la historia hacia delante.
- Aspecto: no solo el físico, sino su forma de vestir, de caminar, de hablar…
- Coherencia: sus actos y comportamientos deben ser consecuentes con sus valores y principios.
- Matices: los personajes buenos también tienen la capacidad de hacer daño, y los villanos, de amar.
- Origen: de dónde vienen, qué personas o situaciones los han marcado para ser como son.

Debes conocer a tus protagonistas casi o mejor que a ti misma, percibirlos desde tu corazón, conectar con ellos y comprenderlos. Esto es importante porque solo mirando dentro de tus propias emociones serás capaz de transmitir verdad y, por tanto, facilitar que las lectoras se reconozcan en ellos. Empatizar.

No importa que tengas una idea buenísima y original o que tu uso del lenguaje sea como el de los ángeles si tus personajes son incapaces de ser humanos.

Para darles una dimensión tridimensional y realista deben comportarse y hablar de acuerdo con las características que has dibujado para ellos, ponerlos constantemente a prueba para obligarlos a tomar decisiones y actuar en consecuencia.

Y todo esto se muestra a través de lo que dicen, lo que hacen, lo que

sienten y lo que piensan. Su forma de hablar, de actuar, sus valores, sus reacciones, sus pasiones, odios y deseos, su comportamiento e interacción con los demás, cómo superan los conflictos a los que deben enfrentarse… todo es un conglomerado indivisible que proyecta una imagen en las lectoras, que, de este modo, podrán visualizarlo y entenderlo.

Para ayudarte con todo este entramado, es buena idea rellenar una ficha de personaje que podrás consultar cada vez que tus protagonistas se salgan de lo establecido o que surjan situaciones que se han escapado de tu control como escritora.

¿Qué debe incluir una ficha de personaje?

Es algo muy personal de cada autora, pero, en mi opinión, lo básico que deberías incluir es:

- Datos personales.
- Aspecto físico (incluye gestos, tics, coletillas al hablar).
- Aspecto psicológico (sentimientos, deseos, odios, frustraciones, objetivos vitales, manías).
- Cómo es un día normal en su vida.
- Relaciones sociales y familiares.

Recuerda que puedes ser tan exhaustiva como quieras y que cuantos más detalles dejes resueltos en este punto de la planificación de tu novela, más fácil te resultará conocerlo y entender sus motivaciones.

En cuanto a los personajes secundarios, pueden tener papeles muy relevantes (ayudar a potenciar el carácter de los personajes principales, ser un engranaje de las diferentes tramas o dar credibilidad), por eso debes trabajarlos con la misma importancia que a los principales, aunque no llegues al mismo grado de profundización.

5. Estructura interna: la trama

La estructura interna de una novela es la trama, es la forma en la que se organiza el argumento, la fuerza que cohesiona la novela. Debe responder a la pregunta principal de la historia: ¿conseguirá el señor Darcy conquistar a la señorita Bennett?

Esa pregunta, la base de la trama, surge de la relación entre los protagonistas, su objetivo y el conflicto que deben superar para estar juntos.

Los protagonistas son los personajes principales en los que se centra todo. Como dije en el apartado anterior, deben tener una historia propia, además de una personalidad compleja y atrayente.

El objetivo es el deseo de los protagonistas, la clave para que avance la trama. Pueden saberlo desde el principio o averiguarlo a lo largo de la narración. Puede ser algo abstracto o concreto.

El conflicto es la base primordial. Es el obstáculo que se encuentran los protagonistas en su camino para alcanzar su objetivo. Puede ser externo o interno: una persona que luche por el corazón de uno de los protagonistas o que uno de ellos no quiera volver a enamorarse para no sufrir, por ejemplo.

Como ves, la trama está íntimamente ligada con los personajes, ya que estos son los que la diseñan con sus actos y, a la vez, es la trama la que impulsa a los personajes.

Las tramas que podemos encontrar en novela romántica son:

- Trama romántica, que conduce a los personajes.
- Trama principal, que conduce la acción.
- Tramas secundarias, que ayudan a profundizar en la historia principal, a reforzarla y darle credibilidad. Además, son las que ayudan a clasificar la novela romántica en diferentes subgéneros.

Las tramas secundarias pueden ser otras historias de amor paralelas, tratar temas importantes como el empoderamiento o el machismo o potenciar la personalidad de los protagonistas.

En cualquier caso, deben estar bien integradas, servir de apoyo, es decir, no tener la fuerza de una historia independiente, y estar bien definidas y estructuradas.

Para que lo veas más claro sigo con el ejemplo de *Orgullo y Prejuicio*. La trama principal se basa en la obsesión de los Bennett por casar a sus cinco hijas, la trama romántica es la relación entre Darcy y Lizzie, las tramas secundarias son las protagonizadas por Jane y Lydia.

La mayoría de las veces, la trama romántica y la principal se unifican

en una sola; esta es una de las particularidades únicas que caracterizan el género romántico.

Hay dos formas de distribuir lo que sucede dentro de una trama:

- ○ no causal: los sucesos se distribuyen desordenados aunque conectados los unos con los otros.
- ○ causal: siguen una línea cronológica, coincidiendo así con el argumento.

La línea causal es la que se organiza en la estructura básica de tres actos: planteamiento, nudo y desenlace.

Vamos a verlos de uno en uno.

El planteamiento

1. Debe introducir la acción.
2. Debe ofrecer la información necesaria para meter a las lectoras en la historia.
3. Debe establecer la gran pregunta. Ya sabes: ¿terminarán Darcy y Lizzi juntos?

El planteamiento de la historia tiene que dar las suficientes explicaciones para que las lectoras sepan qué está ocurriendo y por qué, manteniendo un equilibrio, eso sí, porque si das demasiados datos, corres el riesgo de aburrir. Debes impactar para generar expectativas que motiven el seguir leyendo.

¿Qué debes incluir en el planteamiento?

- ○ Tienes que dejar clara la trama principal.
- ○ Presentar a los protagonistas.
- ○ Indicar a las lectoras hacia dónde va la historia.
- ○ Dar pinceladas del conflicto principal.
- ○ Presentar al antagonista y sus motivaciones.

Para que todo esto suceda debe existir un detonante; dependiendo del subgénero que vayas a escribir, este puede ser una acción o un diálogo.

Así, en los subgéneros de acción como el suspense romántico, se debe iniciar con un asesinato, una persecución, un descubrimiento, una búsqueda… En *Tras el largo invierno* sin ir más lejos empiezo con un asesinato y en *Traiciones ocultas*, con una incursión ilegal a unos almacenes.

En cambio, en los subgéneros de personajes, como la comedia romántica o la novela sentimental, es más eficaz empezar con un diálogo como una conversación telefónica, una ruptura sentimental,

una mala noticia, etc.
El planteamiento ocupa más o menos el 25 % del total de la novela.

El nudo

Para dar paso al grueso de la historia, al nudo, debe haber un salto en el que el protagonista tome una decisión sin vuelta atrás. Estos giros argumentales se llaman puntos de no retorno o puntos de giro.

En romántica nos enfrentamos a un grave escollo: las lectoras conocen el final, por eso, los cambios de rumbo juegan un papel fundamental para mantener el interés.

Puedes introducir los que quieras, pero ten cuidado, que tengan sentido y no solo sean para alargar o rellenar.

Los puntos de giro:

1. Llevan la acción hacia una nueva dirección.
2. Avivan el conflicto principal y suscitan dudas con respecto a la resolución: ¿acabarán juntos los protagonistas?
3. Introducen el siguiente acto.
4. Exigen que los protagonistas tomen decisiones.

Lo que conecta el planteamiento con el nudo es el hilo central. No debes perderlo de vista en ningún momento porque de su cohesión dependerá la fuerza narrativa de tu historia. Si esto falla, no habrá emoción, aunque los diferentes hilos o subtramas sean muy interesantes. En romántica, la falta de emoción se traduce en la muerte de tu novela, tenlo en cuenta.

El nudo contiene información adicional que profundiza en los personajes y en el transcurso de su aventura. En esta parte:

- ○ Se produce la acción central de la historia.
- ○ Aparecen los obstáculos que aumentan la tensión y los conflictos.
- ○ Es la parte más amplia de la novela, más o menos un 50 %.
- ○ Se plantean todas las tramas: romántica, principal y secundarias.
- ○ Evolucionan los personajes.
- ○ Se desarrollan todos los conflictos.

Para que no resulte lento o aburrido, es importante introducir sucesos inesperados que provoquen que los personajes se muevan de una situación a otra; esto da fluidez a la narración y mantiene despierto el interés de las lectoras por saber qué sucederá a continuación.

Ejemplos de obstáculos a los protagonistas pueden ser que la familia no apruebe la relación, uno de los dos tenga que irse a otro país, malos entendidos que separen a la pareja…

Eso sí, no te pases porque puedes convertir tu novela en una sucesión de obstáculos interminables que cansen a las lectoras y las haga abandonar la lectura. Hace algunos años me dieron un consejo que siempre tengo muy presente: ¿qué quieres escribir, una película o una telenovela? ¡Yo lo tengo bastante claro!

Antes de pasar al último acto, quiero hacer un pequeño inciso para hablarte de los conflictos.

Al igual que los personajes son el motor de la historia, los conflictos son el motor de la acción, los que la ponen en marcha: el protagonista quiere conseguir algo y en su camino hay algo que se lo impide. ¿Por qué no pueden estar juntos los protagonistas?

Normalmente, los conflictos son puntos de tensión en una novela. Un conflicto es el desencadenante al principio de la acción, es el que rompe el equilibrio del personaje principal y este conflicto crece a lo largo del planteamiento o se refuerza con otro, dando lugar a la transformación que debe sufrir el personaje hasta llegar al desenlace.

Por ejemplo, en *Volver a empezar*, Eve y Ryan se aman, pero él no quiere perder su libertad y decide anteponer su futuro laboral a su relación. Esta decisión produce un cambio radical en la vida de Eve. Cuando se reencuentran años después, Ryan se da de bruces con otro conflicto: competir con una nueva Eve que debe volver a enamorar.

Los conflictos pueden ser:

- externos: el personaje se ve obligado a enfrentarse a un factor que no depende de él y a tomar una decisión irreversible.
- internos: son conflictos existenciales muy ligados a la personalidad del protagonista y que generan una importante tensión. Esto hace a los personajes mucho más interesantes porque adquieren mayor dimensión.

El desenlace

Entramos en la recta final, el desenlace. En romántica, el final está condicionado por la positividad. Las lectoras deben quedar satisfechas sí o sí si no quieres perderlas para siempre.

Por eso el desenlace debe dejar tocadas a las lectoras con un final coherente, significativo y natural.

Cierra todos los hilos conductores y resuelve todos los conflictos. Recuerda que estos deben ser difíciles de resolver, pero no imposibles. Si después de trescientas páginas sufriendo con los protagonistas, le

das un final rápido, inverosímil y fácil, echarás a perder toda la lectura.

Así, el desenlace debe:

1. Dar resolución definitiva a la trama romántica, no puede quedar ambiguo, a no ser que estés escribiendo una saga.
2. Causar un gran impacto.
3. Ser coherente con el subgénero que estás escribiendo.

Hay dos tipos de finales:

- cerrado: una boda, por ejemplo.
- abierto: las lectoras llegan a su propia conclusión, pero sin perder esa positividad esencial. Por ejemplo, en *Lo que el viento se llevó* (no es una novela romántica, pero creo que explica muy bien lo que quiero decir con que el final parezca positivo), Rhett se va, pero vemos a una Scarlett decidida a conquistarlo, por lo que se intuye que tarde o temprano volverán a estar juntos.

Recuerda que un buen desenlace es tan importante como un buen comienzo. No te precipites porque veas el final del camino cerca.

6. El narrador y el punto de vista

Otro punto que no se debe dejar al azar en la planificación de una novela romántica es el narrador, ya que una elección errónea puede echar al traste toda la novela. Una misma historia contada por un narrador u otro cambia completamente y puede dar lugar a historias diferentes, aunque compartan el argumento.

Ojo: la voz del narrador no es tu voz. El narrador tiene su propia personalidad y esto implica que tenga su propio tono y mirada característicos. ¿Qué significa esto? Que cuenta la historia desde un determinado punto de vista y que su forma de comunicar es más o menos cercana, es decir, depende del lenguaje, la sintaxis y el vocabulario que utilices para él.

Como ves, diferencio entre narrador y punto de vista. Es importante detenerse un momento en esto porque no son lo mismo. El narrador es el que cuenta la historia y el punto de vista, la perspectiva desde la que la cuenta.

Puede parecer un poco lioso, pero ahora lo verás muy claro.

Existen diferentes clasificaciones de narradores según cuánto saben y cómo lo saben. Esto también determina diferentes grados de neutralidad con lo que sucede.

- Narrador en segunda persona: se utiliza en libros de no ficción y no está muy bien aceptado entre las lectoras de romántica, por eso no me voy a detener en él. Es un tipo de narrador que se dirige directamente al lector usando el tú o el vosotros, como estoy haciendo en este libro.

- Narrador en tercera persona: es aquel que cuenta la historia desde fuera de los personajes. Puede ser objetivo, si se limita a narrar lo que sucede sin hacer valoraciones personales, o subjetivo, si hace justo lo contrario. Además, se clasifica en:
  - omnisciente: lo sabe todo, pensamientos y actos de todos los personajes.
  - equisciente: lo sabe todo de aquel personaje al que sigue, pero no de los demás.

- Narrador en primera persona:
  - protagonista: la voz y la mirada del narrador son las del protagonista por lo que toda la narración se limita a lo que ve, siente y oye.

- tercera persona que encubre una primera: el protagonista cuenta su historia utilizando la tercera persona
- testigo: un personaje secundario es el que narra la acción. Solo podemos saber lo que el personaje sabe.
- epistolar: la historia se cuenta a través de correspondencia.
- multiperspectivismo: dos o más personajes narran los mismos hechos desde diferentes puntos de vista. La suma de todas las narraciones da la visión global de la novela.

En romántica, cada vez son más habituales los narradores en primera persona y se suele utilizar el punto de vista de ambos protagonistas alternándolos por capítulos.

El tema de los narradores es un tema muy complejo y no hay una norma que diga cuál es mejor para tu historia. El ejercicio que te propongo es que te preguntes de quién es la historia, si quieres que se narre desde la voz del protagonista o no, en pasado o en presente.

Si no tienes claro qué narrador usar, qué punto de vista o en qué tiempo, intenta escribir una escena utilizando los diferentes narradores y analiza cuál ayuda mejor a contar la historia.

7. Atmósfera y ambientación: las descripciones

Mientras que la atmósfera es la sensación y emoción que desprende la historia que estás escribiendo, la ambientación hace referencia al espacio y lugar concretos en los que se desarrolla.

El tono y el ritmo son los elementos que componen la atmósfera de tu novela y según cómo los utilices conseguirás que las lectoras perciban la historia de una determinada manera.

El ritmo es la sensación de rapidez o lentitud; el tono, la emoción que el narrador imprime a la narración. En una novela erótica, el tono será seductor y sutil; en una comedia romántica, alegre y divertido.

Del ritmo depende el tono que quieras imprimir a tu historia. Por ejemplo, si quieres un tono de intriga, el ritmo deberá ser más lento; si quieres un tono violento, el ritmo deberá ser cortante y rápido.

¿Cómo se traduce esto en la escritura? Como debes sospechar, depende mucho de tu estilo literario, es decir, de tu forma de escribir: cómo usas la puntuación, el vocabulario, la sintaxis.

Si quieres acelerar la narración, un recurso que puedes usar es resumir un periodo largo en la vida del personaje en un breve párrafo, o utilizar la elipsis, que consiste en silenciar una parte de la historia que se da por sobreentendida.

Si, por el contrario, quieres ralentizar, puedes hacerlo extendiendo la narración, repitiendo la misma historia desde diferentes puntos de vista, interrumpiéndola para incluir otras complementarias o añadiendo reflexiones y más descripciones.

Al contrario que la atmósfera, la ambientación habla del espacio, pero también del momento sociopolítico. Esto adquiere especial relevancia en la romántica histórica, donde el contexto es muy importante para el desarrollo de la acción y el comportamiento de los personajes si quieres que la novela sea realista y verosímil.

Los lugares y escenarios son importantísimos y es uno de los aspectos que menos se trabajan en novela romántica. Muchas veces, la acción parece que se desarrolla en una ciudad/pueblo/país indeterminado; no tiene características propias, es como un lienzo en blanco que no aporta ni enriquece.

En mi novela *Tras el largo invierno*, la documentación sobre Dawson y la forma de vida en el Yukón canadiense fueron fundamentales para que la acción tuviera la máxima coherencia. Se convirtió en un personaje más de la novela, añadió valor a la historia que cuenta.

Estos elementos poco conocidos son los que otorgan que una novela sea especial o no. Ambos están muy relacionados entre sí y con las descripciones, porque estas son la base de que el conjunto funcione.

¿Cómo? Usamos las descripciones para enumerar una serie de características de un lugar. Si a esas descripciones les añadimos los detalles del contexto en el que se desarrolla la historia, ya tendríamos la ambientación. Para redondear, quedarían los aspectos subjetivos y emocionales que sienten los personajes o que queremos que sientan las lectoras.

Las descripciones enriquecen cuando no se usan como simple elemento decorativo, cada detalle debe aumentar la expectación; si conseguimos que las lectoras perciban la novela con los cinco sentidos, las hacemos partícipes de la historia, las convertimos en protagonistas.

Y eso tiene un valor enorme.

8. Erotismo

Este tema es muy personal porque depende mucho de ti y de lo más o menos cómoda que te sientas escribiendo escenas eróticas. Sin embargo, a veces no te las puedes saltar porque la historia o los personajes las piden y son necesarias para darle impulso a la narración.

Además, no se entienden las relaciones de pareja sin sexo, forma parte de la vida y el amor y, por tanto, su ausencia en novela romántica es llamativa. Estas escenas suelen esperarse por parte de las lectoras y, cuando las dejas de lado, suscitan críticas.

La cantidad de este tipo de escenas también depende mucho del tipo de novela que estés escribiendo. No es lo mismo una novela romántica erótica que una histórica, por ejemplo; en el primer caso, el erotismo es una trama secundaria en sí misma. También creo necesario distinguir entre novela romántica erótica y novela erótica, ya que en la erótica pura la relación de amor entre los protagonistas no tiene por qué existir y todo el peso de la acción lo lleva la relación sexual.

A mí no me gusta encontrarme escenas sin ton ni son solo por rellenar páginas. En mis novelas, todas las escenas de este tipo que están incluidas son necesarias para la evolución de los personajes y sus relaciones. No están porque sí. Y la mayoría de las autoras te dirá lo mismo.

Por otra parte, el vocabulario o el grado de detalle dependerá mucho de los personajes y de las situaciones que crees a su alrededor. También influye mucho el subgénero que estés escribiendo. No es lo mismo la comedia gamberra que la histórica de regencia. La sutileza y lo explícito deben ser coherentes con el tono de la historia.

Una escena erótica más romántica que explícita se romperá si de repente metes una palabra fuerte. No tienes que ser cursi o mojigata, simplemente, escoger el vocabulario y la descripción adecuados con la atmósfera que estés imprimiendo a esa escena.

El erotismo no es redactar una escena de sexo tórrida y ya está, sino que existen diferentes niveles y formas que puedes utilizar para introducirlo en tu novela.

1. Tensión sexual: es el deseo latente entre dos personajes y que puede no llegar a consumarse. Se manifiesta con señales no verbales que pueden ser más o menos sutiles, como sostener la mirada, inclinar el cuerpo hacia la otra persona o lamerse los

labios.
2. Erotismo: es la capacidad de despertar deseo, pero más enfocada en la forma de expresarse y sugerir que manipular el cuerpo. La sutileza, los pensamientos, la atmósfera… son las herramientas que puedes trabajar para darle forma.
3. Relaciones explícitas: el vocabulario que se utilice en estas escenas tiene mucha relevancia por el motivo que te comentaba más arriba; recuerda que no es lo mismo ser explícito que soez. El grado de detalle dependerá mucho de los personajes y las situaciones que estén viviendo. Particularmente, tanto como escritora como lectora, me gustan más las escenas relatadas desde el punto de vista emocional que las descripciones del acto en sí.

Una escena erótica tiene que ayudar a avanzar de forma natural; si la fuerzas, se notará en el resultado sin más remedio.

9. Planifica tu novela

A lo largo de este bloque te he hablado de los aspectos más importantes que debes incluir en la escritura de tu novela romántica, ahora ha llegado el turno de explicarte cómo puedes recoger toda esa información en una escaleta que te sirva de guía durante tu escritura.

No importa si planificas o no antes de sentarte a escribir, una mínima hoja de ruta te ayudará a tener claridad, a olvidar los bloqueos o el miedo a la hoja en blanco porque siempre podrás echar mano de tu guía y saber qué tienes que escribir en cada momento cuando te encuentres en una encrucijada.

Hay diferentes sistemas para crear una escaleta y el grado de detalle que incluyas en ella depende totalmente de si te gusta planificar al milímetro o solo tener un esbozo de lo que quieres escribir.

En este punto debes tomar decisiones como la longitud aproximada de la obra, número de capítulos o cómo los vas a ordenar. Por ejemplo, si tu novela tiene dos historias paralelas que se desarrollan en tiempos diferentes, deberás decidir si las entrecruzas o si las cuentas en orden cronológico. En mi novela Traiciones ocultas, la acción comienza días después del inicio de la historia. Lo decidí así para crear intriga y expectación por el personaje femenino principal.

Los sistemas de planificación de novelas más populares son mediante escenas o desarrollando la estructura interna.

Planificación por escenas

Consiste en describir escena a escena y en orden cronológico todo el argumento de la novela. Es mi método favorito. Con cada nueva historia empiezo un cuaderno en el que desarrollo las fichas de personajes y escribo un resumen muy amplio de la novela. En ese mismo resumen pongo anotaciones de todo aquello de lo que necesito informarme, por lo que el proceso de documentación es más rápido y eficaz.

A continuación, desarrollo cada escena explicando lo que sucede y los personajes que intervienen. Esto facilita mucho saber en qué personajes debo profundizar más a la hora de crear sus fichas y dónde coloco los puntos de tensión. También ayuda a montar los capítulos para dejar siempre a las lectoras con ganas de seguir leyendo.

Planificar la estructura interna

Consiste en describir cada acto de la estructura y asignarle unos hechos concretos. Es decir, resumir qué sucede en el planteamiento, en el nudo y en el desenlace marcando cada punto de giro. Se trata de escribir solo los actos del protagonista para, de un vistazo, tener una imagen completa de su recorrido.

En cualquier caso, lo básico que deberías incluir en una planificación es:

- resumen del argumento,
- quiénes son los protagonistas,
- qué objetivos tienen y qué conflictos deben superar para alcanzarlos,
- qué narrador vas a elegir,
- qué sucede en cada acto de la trama y cómo se enlazan unos con otros.

EDICIÓN

1. Primeros pasos en la edición de tu novela

Si planificar y escribir tu manuscrito te ha resultado difícil, déjame advertirte de que eso solo es el principio. Ahora viene el duro proceso de corregir y editar tu novela siguiendo un orden lógico que no deberías saltarte si quieres que tu novela romántica se publique con la mejor calidad posible.

El proceso de edición de un libro consta de tres pasos: corrección, maquetación y diseño de la cubierta. Parte del proceso puedes hacerlo tú, de hecho, hay una primera parte que te corresponde sí o sí: convertir el borrador de tu novela en un manuscrito.

1. Primera revisión

Después de terminar de escribir, toca leer del tirón y reescribir aquellas partes que consideras más flojas, bien por exceso o por defecto. Revisar que los personajes sean coherentes durante toda la lectura y que no hayan quedado flecos en las tramas. Si has trabajado con escaleta como te he mostrado en el bloque anterior, esto no debería ser un problema.

Después de esta primera lectura es conveniente un periodo de descanso de varias semanas para alejarte emocionalmente de lo que has escrito. ¿Por qué? Porque con la distancia vemos las cosas de otra manera y esto también se aplica a la escritura. Quizá aquella escena que te pareció encantadora cuando la escribiste ahora te resulta cursi, o puede que ahora veas algo machista aquella conversación que mantuvieron los protagonistas en un determinado momento.

2. Lectoras cero e informes de lectura

Antes de enviar a corregir tu novela romántica a una profesional, debe haber pasado por las manos de una lectura crítica, ya sea de alguien conocido con el que tengas confianza, muy lector y con algún conocimiento literario (lectoras cero), o con una profesional que te haga un informe en el que se reflejen esos puntos débiles que se te han pasado por alto.

Este paso previo te ahorrará tiempo y dinero porque lo más probable es que tu correctora aprecie incoherencias, agujeros de trama, conflictos flojos, mala perfilación de personajes, etc., que no se pueden

subsanar en una corrección.

Si te has gastado el dinero en un manuscrito que necesita reescritura, por las razones que te he expuesto, deberás pagar de nuevo otra corrección.

Ojo, con reescritura me refiero a un cambio profundo del manuscrito, no a cambiar un par de palabras o arreglar un párrafo.

3. Autocorrección

Una vez que has arreglado todo lo concerniente al contenido de tu novela, es el momento de revisar la forma, es decir, las palabras que has usado: detectar repeticiones, redundancias, vicios léxicos, muletillas.

La gramática y la ortografía son herramientas básicas para una escritora profesional y formarse en este sentido es fundamental. Saber cuándo usar comillas o cursivas, las mayúsculas, cuándo acentuar pronombres interrogativos, en qué circunstancias usar un gerundio, cómo utilizar las comas o cómo se puntúan los diálogos es imprescindible porque si no, estarás haciendo tu trabajo a medias.

Te recomiendo que te hagas una lista de tus vicios o de las palabras que más usas, así será más fácil detectarlas cuando hagas la primera limpieza de tu texto.

Una vez hayas concluido con este proceso, es el momento de contratar a una correctora profesional que termine de pulir todo lo que no has sabido ver. He leído varios manuales para escritores que afirmaban que una corrección puede hacerla cualquiera, una buena lectora u otra compañera de letras; no he podido evitar echarme las manos a la cabeza en esas ocasiones porque es imposible sustituir la corrección realizada por una profesional.

Soy consciente de que suele ser una inversión importante, pero la mayoría de las correctoras damos facilidades de pago y ponemos todo de nuestra parte para que tu novela no se quede sin corregir por cuestiones económicas.

Hay otros aspectos de la edición que puedes hacerlos tú, pero la corrección nunca debería ser uno de ellos.

A continuación, voy a hablarte un poco de los errores más comunes de ortotipografía y de estilo para que los tengas en cuenta a la hora de revisar tu manuscrito.

2. Errores básicos de ortotipografía

Como correctora he visto de todo. Errores que se repiten una y otra vez y que perjudican la labor de corrección; no es lo mismo corregir una novela limpia que una repleta de ellos. Ni el tiempo que se le dedica ni el nivel de concentración es el mismo, por lo que la posibilidad de que la novela finalmente se publique con varios errores es bastante alta.

Escribir bien debería ser una máxima que toda escritora debería grabarse a fuego; son muchos y muy variados los aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de escribir una novela, pero aquí me voy a centrar en los más básicos.

Puntuación

Empecemos por lo esencial. La puntuación forma parte de tu voz como escritora, de tu estilo literario, pero hay unas reglas que no te puedes saltar porque concurrirías en faltas ortográficas graves, como son no poner la coma de vocativo o poner una coma separando sujeto y predicado.

El punto no es más fácil. He encontrado textos con puntos finales después de un signo de cierre de exclamación o interrogación, después de un título o separando las unidades de millar en los años.

Si la puntuación te resulta complicada, haz una lista de las normas más básicas para no cometer estos errores que ninguna escritora debería permitirse.

Puntuación de diálogos

Lo primero que debes sabes es que los diálogos comienzan con raya. Es mucho más cómodo poner el guion tan pequeño y mono del teclado (-) cada vez que vamos a introducir el parlamento de un personaje, pero no es correcto. Lo que debe utilizarse es la raya (—). Hay que buscarla en «Insertar símbolo», pero hay trucos para incorporarla al teclado o hacer un copia y pega cada vez que la utilices.

Puntuar el diálogo es algo que a la mayoría de las escritoras trae de cabeza. Recuerdo que en mi primera novela, *En busca de su destino*, ni siquiera sabía que se seguía una norma para eso y los puntuaba como más estético me parecía. Un horror.

Es diferente si el parlamento del personaje se interrumpe con un

verbo dicendi o una acción, o si después se sigue hablando. Este tema daría para un libro completo, así que solo quiero que te quedes con la idea de que estudiar cómo puntuar los diálogos es una obligación como escritora.

Cursivas y comillas

Todos los extranjerismos se escriben en cursiva. El uso cotidiano de algunas palabras como pueden ser *whisky* o *sexy* nos pueden hacer creer que no necesitan un resalte, pero sí es necesario puesto que son palabras de otro idioma. Si no quieres utilizar las cursivas en estos casos deberás utilizar las adaptaciones al español un poco menos bonitas: güisqui y sexi.

Las comillas se usan para escribir los pensamientos de los personajes. Se puntúan siempre poniendo el punto fuera de las mismas, aunque algunas editoriales lo pongan dentro. Las correctoras nos regimos por la RAE, así que siempre las corregiremos siguiendo la normativa oficial.

Prefijos

Tengo una guerra abierta con esto porque veo a muchas escritoras poner en las redes sociales cosas como super bonito o ex novio y no está bien. Los prefijos se escriben unidos a la palabra que preceden, solo se escriben separados cuando la base está compuesta por más de una palabra como ex primer ministro. Todos metemos gazapos, yo sin ir más lejos confundí una vez hecho y echo en una entrada del blog, ¡menuda vergüenza siendo escritora y correctora! Se corrige y no pasa nada, pero revisa bien lo que escribes y cómo lo escribes. Tu reputación está en juego.

Palabras que se parecen

Alimentario y alimenticio, hecho y echo, infligir e infringir, vasto y basto… Hay decenas de combinaciones que podría poner de ejemplo. Comprueba que la palabra que has escrito es la que realmente querías poner. Si la escribes mal una vez puede ser un despiste, si la escribes mal siempre es que no sabes lo que significa. Pierde un minuto en comprobarlo, la RAE tiene una aplicación muy útil en la que puedes hacer tus consultas en medio segundo desde el móvil.

Esto me lleva también a lo de las palabras rimbombantes. Si crees que cuanto más rebuscadas mejor, te estás equivocando. Si usas un vocabulario al que no estás acostumbrada, se terminará notando porque no lo utilizarás bien. Si quieres ampliar vocabulario, te

aconsejo que leas los clásicos, son una fuente inagotable de conocimiento y de alimento para el alma.

Embate, no embiste

Creo que esta palabra se merece un apartado propio por la cantidad de veces que suele usarse en la novela romántica y erótica. El mal uso de la palabra embiste viene dado por la televisión y los redactores de los periódicos, que usan la tercera persona del presente de indicativo del verbo embestir como sustantivo. Dice Fundeu que «la acción y efecto de embestir recae en los vocablos embestida y embestidura», por lo que el uso de embiste en este contexto está mal

Sí se puede usar embate para referirnos a una acometida impetuosa o envite para describir un empujón. Tenlo presente cuando escribas tus escenas eróticas.

3. Errores más comunes en el estilo

Se tiene la falsa creencia de que una corrección de estilo es cambiar la forma de narrar del escritor, y no. Corregir el estilo es depurar las frases y las palabras que sobran, mejorar la fluidez y eliminar imprecisiones.

Es un paso que no debes saltarte si quieres autopublicar tu novela con la mayor calidad.

Veamos algunos ejemplos.

Redundancias

Subir arriba, bajar abajo, entrar dentro o salir fuera son las más comunes, pero luego hay otras que pasan más desapercibidas, la mayoría por un abuso de adjetivación o porque nos gusta incidir en algún aspecto. Cita previa o puño cerrado son otros ejemplos.

Todas las escritoras los cometemos, así que no te mortifiques. Intenta localizar los que sueles usar inconscientemente y hazte una lista, serán más fáciles de ubicar cuando revises tu manuscrito.

Palabras de la misma familia

Sin darnos cuenta podemos escribir los sustantivos de los verbos que acabamos de escribir y viceversa. Esto suele pasar porque no encontramos la palabra exacta que queremos y nuestro cerebro lo suple reutilizando los mismos términos que acabamos de usar.

Abrió los brazos y la abrazó con fuerza contra su pecho.

Latinismos mal escritos

¿Cuántas veces has visto escrito de motu propio o a groso modo? En general, no solemos escribir bien las locuciones latinas, influidos por los medios de comunicación.

Se escribe *grosso modo* y *motu proprio*.

Consulta siempre antes de meter la pata. Fundeu (la Fundación del Español Urgente) tiene un listado bastante completo de cómo se utilizan y escriben correctamente.

Abusar de frases subordinadas

El querer dar demasiadas explicaciones puede provocar que las frases subordinadas se sucedan sin que nos demos cuenta. Lo único que conseguirás es embrollar el texto y obligar a las lectoras a volver al principio de la frase para entenderla.

Sacó la vieja caja de cartón, que estaba llena de fotos, de lo alto del armario, que estaba en el dormitorio que siempre usaban los invitados.

La mayoría de las veces toda esa información que queremos meter con calzador es innecesaria.

Palabras baúl

Son aquellas que podemos usar para todo porque son muy genéricas, como cosa. En esta categoría entran los verbos auxiliares ser, estar, haber y otros como poder o hacer.
La pobreza de vocabulario nos puede llevar a usar estas palabras en toda la narración sin tener en cuenta que el español es un idioma muy rico y extenso y que tenemos palabras con significados muy precisos.

Rimas internas

Las rimas internas a veces son muy difíciles de ver para las propias escritoras. Son figuras del verso y nunca, a no ser que lo hagas por algo concreto, deben introducirse en prosa.

Mientras cocinaba, el teléfono sonaba y su mente divagaba.

Para evitar esto lo mejor es leer en voz alta. Es un truco infalible para detectar la mayoría de los errores que cometemos al escribir.

Exceso de adverbios

Habrás leído en un montón de sitios que los adverbios son el mal. Como todo, eso es relativo. Un abuso desde luego es perjudicial, pero también lo es repetir las mismas estructuras una y otra vez como al + infinitivo o poner un a pesar de al inicio de cada párrafo.
Adverbios como solamente, posiblemente o únicamente casi siempre sobran porque son genéricos y solo ensucian. Intenta evitarlos.

Arcaismos

- Arcaismos: son palabras en desuso. No implica que estén mal,

puesto que están recogidas en el diccionario, pero si estás escribiendo una novela contemporánea, tal vez meter palabras como haragán o anteojos no pegue mucho. Es un recurso magnífico para dotar de realismo a tus personajes si, por ejemplo, tu protagonista masculino viaja al siglo XXI desde la Andalucía de los bandoleros. Una herramienta genial es el Lexicográfico de la RAE, que te dice en qué época eran más comunes determinadas palabras.

- Barbarismos: son aquellas palabras que están fuera de las normas. Esto ocurre porque hay una aproximación sonora o semántica. Por ejemplo: esplanada por explanada, exalar por exhalar, preveer por prever, desvastar por devastar, etc. Esto solo se corrige leyendo mucho.

- Solecismos: son los errores de estructura en una oración como puede ser que el verbo no esté conjugado con su sujeto o que se pongan mal las preposiciones, un error muy extendido debido a los anglicismos y galicismos.

Repetición de tópicos

Cada género tienes sus frases comodín. En romántica, topicazos como las mariposas en el estómago o las miradas intensas son muy comunes. Encontrar tus propias figuras literarias será un punto distintivo, dotarán al texto de expresividad, pero cuidado con hacerlas demasiado gráficas o grotescas. Sé original, pero teniendo en cuenta el contexto de la historia que estás escribiendo.

4. Convierte tu manuscrito en un libro: maquetación y cubierta

Corregir tu manuscrito solo es el primer paso de la edición, para ponerlo a la venta tienes que convertirlo en un libro y aquí es donde entra el diseño, tanto interno como externo.

Reconozco que a mí me encanta todo este proceso: corregir el manuscrito y ponerlo bonito después. Pero para ello también hay que formarse.

Si solo has podido invertir en corrección profesional y no puedes delegar estos puntos, no te conformes con Word o Canva para diseñar tu libro. Créeme, las lectoras son exigentes y se dan cuenta perfectamente si un libro no está bien diseñado.

Piensa que, aunque hayas puesto todo de ti en tu novela y le hayas dedicado horas y sacrificio, no deja de ser un producto. Aunque duela verlo así.

1. Maquetación

Hay programas profesionales para la tarea de maquetar tu novela, así que insisto: Word es solo un procesador de textos, no una herramienta profesional para crear libros.

Los programas que uso yo para maquetar son InDesign y Sigil. El primero es el mejor programa que puedes encontrar, tiene una curva de aprendizaje no demasiado complicada y da resultados muy profesionales. El único inconveniente es que es de pago, pero te aseguro que merece la pena la inversión si estás dispuesta a autoeditar tus propias novelas.

Sigil es un programa gratuito de creación de ePubs, es decir, solo hace eso, por lo que es una herramienta superpráctica y muy fácil de usar que da resultados bastante buenos.

En ambos casos, tienes sendos cursos formativos para aprender su manejo, tanto en la plataforma de MOLPE como en mi propia escuela, Escribir Romántica.

Lo ideal es que contrates a un diseñador profesional que haga este trabajo, pero, si no puedes, te dejo unos consejos para que los tengas en cuenta a la hora de maquetar tu novela romántica.

Maquetación digital

- Los ePubs son archivos de texto fluido, es decir, que se adaptan a la pantalla en la que se están leyendo. Esto implica que introducir fuentes es un error porque le quitamos la libertad al usuario de leer como quiera y, además, corremos el riesgo de que algunos aparatos no las reconozcan.
- En un libro electrónico no hay paginación ni márgenes.
- Las viudas y las huérfanas, así como la separación de sílabas, son secundarias en este caso, al contrario que en la maquetación para papel, donde visualmente es importante controlarlas.
- Olvídate de crear un eBook «bonito». La mayor ventaja de este formato es que es adaptable a cualquier dispositivo y por eso la funcionalidad prima sobre la estética.
- Para su usabilidad son necesarios los índices o tablas de contenido y los metadatos.

Maquetación para libro impreso

- El tamaño del libro es la primera decisión que deberás tomar a la hora de diseñar tu libro físico. Los más comunes son 5.5 x 8.5 y 6 x 9.
- Al contrario que en un libro electrónico, aquí sí tienes que diseñar páginas (si quieres encabezados, dónde colocar el número de página) y tener en cuenta los márgenes externos e internos para que el texto no quede pegado a los extremos de la hoja y la lectura resulte cómoda.
- En el libro físico es habitual colocar páginas de cortesía antes de que empiece el manuscrito en sí: portadilla, portada y página legal suelen ser las más comunes.
- Puedes jugar con las fuentes tipográficas para variar el aspecto visual del libro. Eso sí, para el cuerpo del texto elige una fuente con serifa.
- Viudas y huérfanas: las viudas son aquellas líneas que quedan solas al final de un párrafo al principio de la página. Las huérfanas, aquellas líneas que quedan solas al principio de un párrafo al final de la página. En el libro impreso es importante eliminarlas porque visualmente quedan muy feas.
- Otro aspecto a evitar son las líneas cortas, que son aquellas que ocupan menos del espacio de la sangría de párrafo y que quedan también bastante feas, aunque a veces son imposibles de evitar.
- En la maquetación digital, la partición de palabras da igual porque depende de la configuración del dispositivo donde se lea, pero en el formato físico hay que controlar que las palabras no se partan por donde no deben e introducir erratas.
- Relacionado con el punto anterior es comprobar que las rayas

de diálogo no queden sueltas a principio o final del renglón.
- Por último, también es conveniente revisar las calles, que son aquellas líneas blancas que se forman cuando el espacio entre palabras en varias líneas consecutivas coincide.

2. Cubierta

Por mucho que se diga que no hay que juzgar un libro por su exterior, si te entra por el ojo, hay más posibilidades de que las lectoras se interesen por él, lean su sinopsis y lo hojeen.

Lo ideal es contratar los servicios de diseñadores que por un precio más o menos asequible pueden hacerte un diseño atractivo y profesional, pero si no puedes permitírtelo, en este apartado voy a darte unos parámetros para que tu novela luzca como merece.

Antes de entrar en materia, no sé si te has fijado en que he utilizado el término cubierta. Solemos referirnos a la imagen externa de un libro como portada, pero esta es, en realidad, la primera página impresa que aparece dentro del libro. El exterior es la cubierta.

A) Encontrar la imagen perfecta

Una de las cosas que debes tener clara a la hora de diseñar tu cubierta es cómo vas a organizar los elementos para que la imagen final se vea limpia y proporcionada. No intentes poner todos los detalles de la novela, céntrate en lo importante igual que haces a la hora de redactar la sinopsis. Piensa que menos es más y que, si metes todos los detalles, no dejarás sitio para el título y tu nombre y, además, tu portada se convertirá en un batiburrillo poco elegante.

Ten en cuenta que el tamaño de una cubierta en un listado de Amazon es minúsculo en la pantalla del móvil y, si no es limpia y clara, solo se verá un manchurrón. No es la mejor manera de atraer a tus lectoras.

Lo más difícil y más tiempo consume es la búsqueda de la imagen que va a ser el centro de la composición, por eso es muy importante tener claro qué quieres transmitir y los elementos fundamentales que necesitas. ¿Tu novela romántica es histórica? ¿Contemporánea? ¿Erótica? ¿Comedia? La imagen que busques debe estar condicionada por la temática de la novela. Por ejemplo, si tu novela es histórica, no tendría sentido utilizar imágenes de personas con vestimenta moderna.

A veces, con una sola foto se consigue el efecto que queremos.

Después, solo hay que elegir la tipografía adecuada y listo. Así es cómo hice la portada de *Volver a empezar*. Su protagonista masculino es fotógrafo y gran parte de la acción transcurre en un parque nacional, por lo que el fondo que acompaña al hombre me venía perfecto.

Lo mismo pensé al ver la foto de la mujer rubia con el pelo al viento y un paisaje difuso que, en mi opinión, reflejaba la incertidumbre de Kris ante su futuro en *En busca de su destino*.

Pero no siempre basta con una sola foto, a veces se necesita combinar más de un elemento para conseguir el resultado que se busca.

Siempre que vayas a trabajar con montajes fotográficos, es conveniente que tengas en cuenta la regla de los tercios. ¿En qué consiste? Básicamente, en la distribución del espacio que queda alrededor del objeto sobre el que quieres centrar la atención. La foto se divide en tres tercios o lo que es lo mismo, nueve rectángulos iguales. Cada punto en el que se cruzan dos líneas es un punto fuerte y es en ellos donde se debe encuadrar el objeto principal de la foto. Los expertos aseguran que de esta forma se genera mucho más interés que cuando colocamos en el centro el objeto importante.

Este truco te sirve tanto para hacer tus fotos como para hacer la composición de la cubierta de tu novela.

Combinar más de tres fotos me parece una locura porque el espacio es limitado y, como te decía antes, llenar todos los huecos ahoga la imagen final. Para las portadas en las que necesito más de una imagen, siempre intento buscar un fondo discreto que sirva de apoyo a la foto principal, en la que recaerá el protagonismo. En algunos casos, si el resultado queda demasiado pobre, añado algún elemento más, pero difuminado, como hice en *El secreto de lady Sarah*.

B) Elegir la tipografía adecuada

Una mala elección en el tipo de letra puede echar a perder todo el trabajo de composición de la cubierta. Existen muchísimos tipos de fuentes tipografías:

- con serifa. Son aquella más tradicionales y clásicas.
- sin serifa (o de palo seco). Son letras rectas, que mantienen la igualdad en el trazo. Son modernas, divertidas y muy minimalistas.
- manuscritas (también se llaman script). Son las letras caligráficas o que parecen escritas a mano. Hay muchísimos tipos de letras manuscritas, pero en su mayoría transmiten elegancia, delicadeza. Se usan mucho

en novelas románticas históricas.
- ○ decorativas. Todas las que no se encuadran en las categorías anteriores. Aquí también tienes un montón para elegir según las características de tu novela.

Al igual que las imágenes, tienes que saber qué quieres transmitir. ¿Sensibilidad? ¿Fuerza? ¿Diversión? ¿Elegancia? ¿Alegría? ¿Nostalgia? ¿Delicadeza? ¿Modernidad?

Es posible que para tu cubierta solo quieras poner un tipo de letra especial con un fondo de color, sin imagen. En ese caso, a la hora de elegir piensa en la personalidad que quieres otorgarle a la novela y no escojas al azar.

Puedes combinar varios tipos de letras para darle dinamismo al texto, pero no te aconsejo que utilices más de dos. Puedes jugar con el tamaño y la posición. Recuerda siempre que lo importante es que sea legible y en eso entra también la elección del color.

C) La paleta de colores

En la mayoría de mis portadas siempre utilizo algún color ya presente para las letras, de este modo, mantengo la gama que, en mi opinión, da un resultado más elegante y bonito. Para saber qué colores forman parte de las imágenes hay herramientas gratuitas que te pueden ayudar. Por ejemplo, Pinetools, Coloors o el propio Canva, tienen opción de subir la foto que te interesa y escoger el número de colores que quieres individualizar. Te saldrá un listado de colores con sus códigos correspondientes para que puedas usarlos. Esto también te sirve a la hora de escoger el fondo de la cubierta.

A veces lo que queremos es crear un impacto visual o el fondo es tan tupido que escoger un color dentro de la misma gama no es buena idea porque entonces no se lee. En ese caso, se puede jugar con las sombras o el resplandor alrededor del texto o, simplemente, cambiar la gama de forma radical.

Por ejemplo, en *Traiciones ocultas*, las imágenes se mueven en una escala de grises y escogí un color fuerte y llamativo para llamar la atención para el título: naranja.

Como ves, diseñar una cubierta bonita no es buscar una foto, ponerle un título y enseñarla al mundo. Poner dos o tres fotos, unas encima de las otras y ponerle un título, tampoco.

Esta parte es la más difícil a la hora de diseñar una cubierta, editar las fotos y montarlas solo es saber manejar dos o tres herramientas (bueno, y alguna más) de un programa de edición como Photoshop,

pero si tienes estos conceptos claros, ya tienes gran parte del camino hecho.

PUBLICACIÓN

1. El momento de la publicación

Cuando llega el momento de publicar, escoger el método no es nada sencillo, depende mucho de cuáles sean tus propósitos y lo que quieras alcanzar. Ganar dinero y estar en librerías no es incompatible, pero es muy difícil y solo los grandes nombres de la literatura española lo consiguen, la mayoría de las veces porque, como dice el dicho, no tienen todos los huevos en la misma cesta y se dedican a escribir artículos, impartir cursos o dar conferencias por las que cobran un sueldo.

Nuestra realidad, la de las escritoras de a pie, es bien distinta; si queremos ganar algo de dinero y además tener visibilidad en librerías o grandes superficies, no tenemos más remedio que alternar ambos métodos de publicación: el tradicional y Amazon.

Voy a centrarme, sobre todo, en la autopublicación, pero antes quiero que tengas claros algunos conceptos que pueden llegar a ser confusos.

- Autopublicación y autoedición. Pueden parecer lo mismo, pero se encargan de cosas distintas. La autopublicación consiste en que tú misma publicas tu libro sin la intervención de una editorial. La autoedición es el proceso por el cual tú eres quien corrige y diseña tu novela.
- Editorial tradicional y coedición. La diferencia principal entre ambos tipos de editorial es que la primera apuesta por ti y tu obra asumiendo todo el rieso y el costo de poner un libro en las librerías y grandes superficies. En las empresas de coedición, el costo de edición y publicación se reparte entre la empresa y tú. Ten cuidado con esto porque a veces los servicios de corrección no están incluidos y la distribución de ejemplares depende exclusivamente de ti.

Antes de firmar un contrato editorial, léelo muy bien y consulta si tienes alguna duda. A veces, la ilusión por ver publicada nuestra novela nos ciega y firmamos documentos con cláusulas abusivas que después no tienen solución.

Si optas por la edición tradicional, es importante que estudies qué editoriales publican novelas parecidas a la tuya y en qué plataformas de venta están presentes. Después, redacta una propuesta editorial seria y profesional y ármate de paciencia. Normalmente, si después de seis meses no hay respuesta, es que esta es negativa.

Otra posibilidad es que te presentes a algún concurso para meter un

pie en la editorial que te interesa. Ten en cuenta que muchas veces, aunque una novela no resulte finalista, sí puede tener posibilidades de ser publicada en el sello editorial que organiza el premio.

2. Ventajas e inconvenientes de autopublicar

Autopublicar una novela romántica no es sinónimo de ganar dinero a espuertas, hay que trabajar mucho la visibilidad y tener una comunidad de lectoras potente. Que algunas compañeras lo hayan conseguido no es representativo de nada, la mayoría luchamos a diario por hacernos un hueco, lo que pone de manifiesto la enorme dificultad que acarrea escoger este camino.

Mi intención con este apartado es que tengas la mayor información posible al respecto para que puedas decidir, así que voy a hablarte de las ventajas y desventajas de autopublicar.

Ventajas:

1. Control total: tú decides cuándo, dónde y cómo. No tienes que esperar varios meses a que la editorial te dé paso, puedes elegir el mejor momento para publicar y si quieres sacar un libro digital, en tapa blanda, en tapa dura o todos a la vez, incluso si te apetece incluir tu título en KDP Select para los suscriptores de Kindle Unlimited o no. También puedes decidir el precio, la cubierta y el tipo de maqueta. El control es total.
2. Beneficios netos: puedes llegar a ganar hasta el 70 % del beneficio de venta. Ninguna editorial puede ofrecerte eso. Lo normal es que en los contratos tradicionales te ofrezcan entre un 30 y un 40 % en digital y entre un 6 y un 10 % en papel. No aceptes menos de eso.
3. Información actualizada: hay editoriales que envían el informe cada tres meses, pero lo normal es que lo hagan una vez al año, generalmente, durante el mes de marzo del año siguiente a la publicación. En Amazon, puedes consultar los tableros de ventas a diario. La confianza en la editorial tiene que ser absoluta; no todas las editoriales engañan, ojo, y puestas a ser quisquillosas, también tienes que fiarte de los informes de Amazon. En cualquier caso, es muy importante que investigues y estudies bien a quién cedes tus sueños e ilusiones.

Desventajas:

1. No hay distribución: la lacra de los autopublicados es la carencia de una red de distribución que nos de visibilidad en grandes superficies o librerías. Puedes llevar algunos ejemplares a la librería de tu barrio, pero poco más podrás hacer. Hay grandes superficies que aceptan autopublicados, pero piden un estand y un número de ejemplares inicial que te obligará a vaciarte los bolsillos. Una opción es el canal de distribución de Azeta, pero no deja de ser un formato de print on demand.
2. Pocas opciones en otras plataformas: en 2019 Nubico dejó de admitir títulos autopublicados, ignoro el porqué. Sin embargo, en Kobo sí puedes probar, aunque ten en cuenta que deberás sacar tus libros de Unlimited. En Google Play ya no admiten tampoco manuscritos. Otra plataforma que puedes probar es Smashwords.
3. No es gratis: la corrección profesional de tu manuscrito cuesta dinero. También la maquetación por parte de un profesional y el diseño de una cubierta. Hay procesos que puedes hacer tú misma aprendiendo el manejo de los programas necesarios en el caso del diseño y la maquetación, como hemos visto en el bloque anterior, pero para la mayoría de las escritoras resulta tedioso encargarse de estos procesos y prefieren delegarlos. El tiempo y el conocimiento de un profesional tiene un precio, así que no regatees, por favor.

3. Cómo subir tu libro a Kindle Direct Publishing (KDP)

Si te decantas por la autopublicación, la plataforma que más te conviene como escritora de novela romántica es Amazon, por eso he incluido este tutorial sobre cómo subir un libro a KDP.

Verás que es un proceso bastante fácil e intuitivo. Como hay varias posibilidades de publicación, voy a empezar explicando cómo subir un eBook y, a continuación, cómo subir un libro de tapa blanda/dura.

Paso 1: Crear una cuenta en KDP

Lo primero de todo es hacerse una cuenta de escritora en KDP. Para ello debes registrarte en esta dirección. Te pedirán los datos típicos: nombre, e-mail y contraseña. En cuanto te registres, te llevará a la página desde la que gestionarás todo el proceso de publicación.

Lo siguiente es terminar de rellenar tus datos para que te dejen publicar. Para ello, debes ir al menú superior y clicar en «Su cuenta». A partir de aquí es cuestión de ir completando todos los apartados: «Información sobre el autor», «Recibir los pagos» e «Información tributaria».

Ten en cuenta que siempre tienes que poner tus datos reales, incluido tu nombre. En el caso de la información tributaria, lo único que tienes que hacer es elegir opciones; cuando llegues al TIN, debes elegir TIN extranjero, que no es otra cosa que tu número del DNI.

Una vez que has creado una cuenta puedes iniciar sesión. Tienes varias opciones en el menú superior:

- Biblioteca: donde se suben los archivos para publicar tus novelas y que veremos con detenimiento en los próximos puntos.
- Informes: aquí tienes toda la información relatica a ventas con gráficos, fechas, títulos, etc. Es bastante claro y completo.
- Comunidad: donde encontrarás artículos y foros en los que plantear tus preguntas.
- Marketing: desde esta página tienes acceso a varios servicios de promoción como incluir tu novela en KDP Select (Kindle Unlimited), hacer anuncios, gestionar tu página en Author Central (es una especie de ficha de autora en la que puedes poner tu biografía y vincular los títulos que vayas publicando; es muy aconsejable hacerse una), colocar *banners* promocionales dentro de la página de venta de

cualquiera de tus novelas, hacer una promoción de rebaja de precio o poner gratis el título que quieras e incluso proponer tus libros para entrar en Kindle Deals o Prime Reading.

Paso 2: Crear un libro digital

Una vez que has completado la información de tu cuenta, ya puedes empezar a crear tu catálogo.

Dentro de la pestaña «Biblioteca» aparecerán todos los títulos que vayas publicando y podrás añadir nuevos.

Para empezar a subir tu manuscrito en formato eBook, pincha en el cuadrado «+ eBook Kindle» y se te abrirá otra ventana en la que editarás los detalles del libro digital. Verás tres pestañas: «Detalles del eBook Kindle», «Contenido del eBook Kindle» y «Precio del eBook Kindle». Vamos a verlos de uno en uno.

1) Detalles del eBook Kindle:

- Idioma: aquí debes elegir el idioma en el que está escrito tu manuscrito; se supone que será español, así que marca ese.
- Título del libro: título y subtítulo de tu novela. No sé si te has fijado alguna vez que algunos libros en Amazon tienen una breve descripción entre paréntesis junto al nombre del título; se trata del subtítulo, que puedes aprovechar para facilitar la búsqueda de tu libro.
- Serie: si la novela que vas a publicar forma parte de una serie o saga, tienes la opción de poner qué puesto ocupa dentro de la misma. Si, por el contrario, tu manuscrito es autoconclusivo, déjalo en blanco.
- Número de edición: tenemos la opción de decirles a los lectores si el libro que vamos a subir es una reedición o una edición nueva. Si es la primera vez que publicamos el libro, le ponemos un 1; si es una reedición, ponemos 2 o el número de edición que sea.
- Autor: tu nombre o el pseudónimo con el que vayas a publicar.
- Colaboradores: es posible que hayas escrito tu novela con otra autora o autoras, en ese caso,

puedes poner su nombre en este apartado para que aparezca junto al tuyo. También puedes poner el de cualquier persona que haya aportado su trabajo a la finalización de la obra, como ilustradores, editores, etc.

- Descripción: aquí puedes meter toda la información que quieras para vender tu novela. No te limites a colgar la sinopsis, intenta desarrollar una minipágina de ventas con un encabezado, un cuerpo y una llamada a la acción. El encabezado suele ser una frase promocional destacada. Merece la pena que inviertas tiempo en hacer una lluvia de ideas con el tema principal de tu novela y redactes una frase que impacte y emocione. Son muy socorridas las del tipo «si te gustó títulocualquiera, seguro que también disfrutas de esta historia», aunque ya están algo vistas. En el cuerpo iría la sinopsis. Recuerda que no es un resumen del libro sin spoilers, se trata de un texto dirigido a vender. La llamada a la acción es la forma de terminar de dirigir a las lectoras hacia la compra. Puedes resaltar el precio, alguna reseña de tus lectores cero o exponer las emociones que la lectura puede despertar.
- Derechos de publicación: se supone que la novela la has escrito tú, así que marca la opción «Tengo los derechos».
- Palabras clave: esta es una de las partes más importantes. Se publican miles de títulos al mes y es muy difícil que las lectoras que no te buscan específicamente encuentren tu novela. Para que tu libro salga en las búsquedas, es necesario marcarlo de alguna manera, y para eso sirven las palabras clave. Intenta encontrar palabras o expresiones que describan las ideas generales de la novela. Haz una lista con todas las que se te ocurran y luego pruébalas en la barra de búsquedas del mismo Amazon. ¿Cómo se hace esto? Escribiendo en el buscador las palabras que has apuntado y viendo qué resultados te da. Quédate con aquellas que tengan alguna coincidencia. Un consejo: en las casillas de palabras clave, evita poner el nombre de otro autor o autora, está prohibido y Amazon puede penalizarte.
- Categorías: Amazon te deja elegir dos categorías.

Tiene un amplio abanico de opciones. Posicionarse dentro de las listas de romántica cada vez es más difícil, por eso siempre es mejor usar otras más pequeñas y específicas. Pero ten cuidado, procura que la categoría se ajuste al contenido de la novela para que las lectoras no se sientan engañadas.

- Rangos de edad y nivel educativo: solo debes hacerle caso si tu novela es infantil.
- Opciones de publicación: puedes elegir lanzar tu obra en cuanto termines de rellenar todos los campos de las tres pestañas o ponerla en preventa.

Una vez que esta pestaña está acabada hay que guardar y continuar.

2) Contenido del eBook Kindle:

En esta pestaña vamos a subir los archivos de la novela. Es conveniente que el texto y la portada estén por separado porque Amazon los pide de manera independiente.

- Manuscrito: lo primero que te pide es que elijas la habilitación de la gestión de los derechos digitales o DRM. Es una protección que tienen los archivos digitales para evitar su uso fuera de los dispositivos no autorizados. No todo el mundo lee en un Kindle y evitar la piratería de este modo, en mi opinión, tampoco sirve de mucho. Pero es tu elección. A continuación, toca subir el manuscrito maquetado (recuerda que es sin la cubierta incorporada) pulsando en el botón «Subir manuscrito de ebook». KDP reconoce un montón de formatos, pero la mayoría dan bastantes problemas. Te desaconsejo que utilices archivos de Word porque al transformarse en .mobi se mueve todo. Lo más sencillo es que tu manuscrito esté maquetado en formato ePub.
- Portada del eBook Kindle: puedes usar la propia herramienta de KDP para crear tus portadas, pero es muy limitada y no conseguirás el aspecto profesional que tu libro se merece. Así que es mejor que elijas la opción de subir tu propia portada, diseñada por ti o por un profesional. Debe estar en formato jpg.
- Vista previa del eBook Kindle: si no lo tienes

descargado en el ordenador, puedes hacer la prueba online desde la misma página de KDP. Clica en «Abrir Previewer» y espera unos minutos. Te saldrá la previsualización del libro digital listo para publicar.

- ISBN del eBook Kindle: los libros digitales no necesitan ISBN, así que nos saltamos este apartado. Guardamos y continuamos.

3) Precio del eBook Kindle:

- Inscripción en KDP Select: o lo que es lo mismo: Kindle Unlimited. En romántica debes inscribir tu libro en KDP Select sí o sí para tener una mínima posibilidad de ocupar un puesto en las listas de los más vendidos. La única pega es que dura tres meses y tiene exclusividad, es decir, que durante el tiempo que tu libro digital esté inscrito en KDP Select, no podrás venderlo en tu tienda, si la tienes.
- Territorios: elige «Todos los territorios» para que tu novela se venda en todos los países posibles del mundo.
- Regalías y precios: aquí es donde reside una de las grandes ventajas de la autopublicación: elegir el beneficio que vas a percibir por cada venta. Tienes dos opciones: 35 % o 70 %. Cada opción tiene sus limitaciones. Por ejemplo, si eliges el primer porcentaje, puedes poner un precio mínimo de 0,89 €. Si eliges el segundo, el precio mínimo será de 2,69 €. Lo siguiente es determinar el mercado principal, que deberá corresponder a tu país.
- Préstamos del libro: si eliges unas regalías del 70 %, esta opción se marca por defecto.

Normalmente, Amazon da un periodo de hasta 72 horas para aprobar tu libro, pero la gran mayoría de las veces apenas tarda un día.
Ahora puedes elegir entre darle a «Guardar como borrador» o «Publicar».

Paso 3: Crear un libro de tapa blanda o dura

La mayoría de los datos ya están introducidos, así que gran parte del proceso ya está hecho, por lo que será más rápido y fácil.

Para empezar a subir el libro de tapa blanda, solo tienes que pinchar en el cuadrado «+ Libro de tapa blanda» que aparece justo debajo del digital.

Como la vez anterior, verás tres pestañas en la parte superior: «Detalles del libro de tapa blanda», «Contenido del libro de tapa blanda» y «Derechos y precios del libro de tapa blanda».

1) Detalles del libro de tapa blanda:

La mayoría de los campos estarán rellenos, puesto que el libro físico comparte la información que introdujiste en el eBook. Lo único que cambia son las dos últimas opciones.

Aquí desaparecen y solo nos encontramos después de «Categorías» una opción de «Contenido para adultos». Solo tendrás que marcar sí o no según si el manuscrito es para mayores de 18 años o no.

Antes de darle a «Guardar y continuar», revisa que el texto de la descripción está bien; a veces se pierden los espacios entre los párrafos. Asegúrate de que está todo perfecto.

2) Contenido del libro de tapa blanda:

- ISBN físico: esta es la primera gran diferencia con el libro digital. Para vender libros físicos necesitamos un código ISBN. Si tu intención es solo vender en Amazon, la misma plataforma te asigna uno gratuito. Solo tienes que elegir esa opción y pasar al siguiente punto. Si, en cambio, quieres distribuir tus ejemplares en librerías o venderlos en otras plataformas, como tu propia web, necesitarás un ISBN propio.
- Fecha de publicación: si es la primera vez que subes el manuscrito, déjalo en blanco; el sistema pondrá la fecha de salida a la venta automáticamente. Pero si vas a subir una reedición, pon la fecha de cuando se publicó por primera vez.
- Opciones de impresión: en este apartado tienes que tener muy en cuenta cómo has maquetado la novela porque aquí introducirás todos los parámetros que has utilizado para ello:
    - Interior y tipo de papel. Tienes tres opciones: interior en blanco y negro con papel crema o papel blanco e interior en color con papel

blanco. Para una novela típica con imprimir en blanco y negro es suficiente y te aconsejo elegir el papel crema, que es de un color ahuesado bastante bonito.

- Tamaño de impresión. Los formatos se miden en pulgadas. Las más comunes son 6×9 y 5.5×8.5. En teoría, este dato se debería haber elegido a la hora de maquetar. Ten cuidado porque si el tamaño del PDF no se corresponde con el que elijas aquí, te dará errores.
- Ajustes de sangría. En principio, debes elegir Sin sangría, ya que se supone que estás subiendo una novela solo con texto, sin imágenes ni ilustraciones. Para los libros con imágenes es conveniente elegir Con sangría para que no se corten a la hora de imprimir.
- Acabado de la cubierta de tapa blanda. Puedes elegir entre mate o brillo según tus gustos personales. Por si quieres saberlo, me gusta más con brillo para las novelas y en mate para los libros de no ficción.

- Manuscrito: llega la hora de subir el PDF maquetado. Simplemente, dale al botón «Cargar manuscrito del libro» y espera unos minutos.
- Portada del libro: puedes elegir entre crear la portada desde la misma plataforma o subir una que ya tengas hecha. Mi consejo es que siempre la hagas de cero, mejor si está diseñada por un profesional. Al contrario que en el eBook, aquí no subimos un archivo jpg, sino que la cubierta debe estar en PDF para impresión. El profesional te dará el archivo preparado para que no tengas que hacer nada. Carga la portada clicando en el botón y espera.
- Vista previa del libro: siempre es aconsejable revisar que todo se ha subido correctamente, que las líneas de corte están en su sitio y que la portada está bien colocada. Así que abre el Previewer. El proceso suele tardar varios minutos. Una vez que compruebes que todo está correcto, «Guardar y continuar».

3) Derechos y precios del libro de tapa blanda:

En esta pestaña encontramos solo tres categorías.

- Territorios: elige «Todos los territorios» para que tu novela se venda en todos los países posibles del mundo.
- Precios y regalías: no podrás elegir el porcentaje de beneficio como en el libro digital. La plataforma pone un precio mínimo según costos. A partir de ese precio mínimo puedes poner el que tú quieras. Elige el mercado principal, en este caso, Amazon España, y pon tu precio. Verás desglosado el precio de venta con IVA, el porcentaje de beneficio, el gasto de impresión y lo que ganas por cada libro vendido.
- Términos y condiciones: cuando le das a «Publicar», se aceptan automáticamente las condiciones de Amazon. Suelen tardar un poco más en aprobar los libros físicos, pero es raro que no te den el visto bueno un par de días después.

4) Copias de prueba y de autor:

Una vez que el libro ya está aprobado tienes varias opciones que están bastante bien. Vamos a verlas. Vuelve a «Biblioteca». Pincha sobre los tres puntitos de la izquierda de la sección «Acciones del libro de tapa blanda», te saldrá una nueva ventana. Aquí es donde podrás modificar el libro las veces que quieras. Como ves, tienes la posibilidad de editar los detalles, contenido y precio directamente.

- Pedir copias de prueba: cuando pinches se abrirá otra ventana. Primero saldrá una advertencia sobre el código de barras. Estas pruebas de impresión no tienen ISBN porque no se pueden vender, solo son de prueba, de hecho, en estos ejemplares, en la cubierta, aparece una franja muy fea de color gris que avisa de que está prohibida su venta. Tenlo en cuenta a la hora de pedir unidades porque no merece la pena pedir más de uno si solo quieres ver el resultado final de la novela impresa. Podrás comprar hasta cinco unidades. Marca el mercado en el que vas a comprarlas (Amazon España en este caso) y fíjate en lo que te van a cobrar. Aparece justo debajo. Te pondrá el precio por unidad sin gastos de envío y sin IVA. Pincha en el botón Enviar

pedido y termina la compra desde tu cuenta normal de Amazon, donde el pedido se habrá sumado en la cesta.

- Pedir copias de autor: el proceso es el mismo que en el caso anterior con la diferencia de que, en este caso, los ejemplares son los mismos que se venderán en Amazon: tendrán su ISBN en la trasera de la cubierta y no aparecerá la franja de prueba. Puedes pedir desde 1 hasta 999 ejemplares. Es la mayor diferencia con una imprenta, donde suelen pedir un mínimo de 25 libros por impresión. La calidad, obviamente, nunca será la misma, pero es una buena opción si quieres comprar pequeñas cantidades para sorteos, regalos y demás. Igual que antes, elige mercado y automáticamente saldrá el precio total y por unidad debajo. Cuando pinches en «Enviar pedido», la plataforma te dirigirá a la cesta de tu cuenta de Amazon para terminar el proceso de compra. Este primer pedido suele tardar entre dos y tres semanas, así que, si necesitas ejemplares en una determinada fecha, planifica con tiempo.

Para el libro de tapa dura, hay que seguir el mismo proceso que para la tapa blanda, incluso sirve el mismo archivo para el interior (aunque te aconsejo que le des un poco más de margen interno en la maquetación para evitarte problemillas). Lo único que tendrás que adapatar será la cubierta, que es algo más grande en este formato.

Espero que estos tutoriales te hayan ayudado a tener más claro el proceso de publicar en Amazon un libro, ya sea digital o físico.

VISIBILIDAD

1. Visibilidad *online*

Empezar en el mundo literario es complicado. Has escrito tu libro, le has dado la mayor calidad posible y ahora no tienes ni idea de por dónde empezar a promocionarlo. Es fácil caer en malas prácticas y repetir lo que hace todo el mundo, pero eso no consigue resultados, solo llevarte a la frustración y al desánimo

Si ya tienes tu libro en la mano y aún no has empezado a crear una comunidad, siento decirte que todo te va a costar el doble de trabajo. Pensar que ya has hecho lo difícil y que tu novela romántica se va a vender sola es incurrir en una de las mayores equivocaciones. Debes trabajar tu visibilidad mucho antes de publicar.

La visibilidad *online* no es algo que se consiga de un día para otro, ni siquiera de un mes para otro. Sobre todo, ahora que cada vez somos más las escritoras que queremos que nuestras novelas románticas sean las primeras en las listas de las lectoras.

A menudo me preguntan por dónde se debe empezar a crear una comunidad y siempre recomiendo tres canales principales: una web o blog, estrategia de correo electrónico y una red social principal.

2. ¿Necesitas un blog?

Basar toda tu visibilidad solo en las redes sociales es una equivocación porque, si en algún momento pierdes tu cuenta por el motivo que sea, también pierdes a tus seguidoras y lectoras.

Es una realidad que la forma de consumo ha cambiado en los últimos tiempos. Nuestra capacidad de atención cada vez es menor, de ahí la viralidad de los vídeos cortos y el bum de plataformas como Tik Tok o los Reel de Instagram.

No obstante, ese tipo de comunicación puede ser un primer punto de encuentro para las lectoras que no te conocen; después, y si les gusta tu contenido, el siguiente paso es que busquen más información sobre ti y tu obra en Google. ¿Si no tienes un lugar propio, dónde la van a encontrar?

Creo que he dejado claro que tener una casa propia es básico, pero, volviendo a la pregunta que abre este capítulo, ¿es necesario que sea un blog?

Voy a ser sincera, mantener un blog requiere mucho esfuerzo y dedicación, no solo hay que escribir un artículo SEO *friendly* con todo lo que ello implica (longitud y estructura del texto, imágenes, enlaces entrantes y salientes, palabras clave, etc.), sino que tienes que saber para qué lo escribes y, sobre todo, para quién.

Además, los resultados son a muy largo plazo, lo que provoca que se abandonen antes del primer año de vida. ¿Cuántas escritoras de romántica conoces que tengan un blog activo? Yo misma tengo una relación de amor-odio con mi blog, pero ya son muchos años con él y, aunque he tenido descansos más o menos largos, nunca lo he abandonado del todo.

Elegir entre un blog o una página web estática depende del tiempo que tengas disponible para ello, sin más.

No voy a explicarte aquí cómo montar un blog o una web porque daría para otro libro, pero sí te voy a dejar algunas recomendaciones:

- Compra un dominio con tu nombre de escritora, no con el título de tu libro; las lectoras te van a buscar a ti.
- Aloja tu blog/web en Wordpress.org. Necesitarás un hosting, pero a largo plazo te arrepentirás si diseñas tu casa en plataformas gratuitas como Worpress.com, Blogger, Wix, etc., porque posicionarse con ellas en Google es muy complicado. Puedes contratarlo en Webempresa, que tienen una atención al

cliente bastante buena.

- Las páginas imprescindibles que debes incluir son: página de inicio, sobre mí, novelas y contacto. A partir de ahí, lo que quieras.
- Incluye formularios de suscripción para meter lectoras en tu lista, de lo que hablaremos a continuación.

3. *E-mail marketing*, ¿sí o no?

Si eres de las que piensan que el email marketing está muerto, déjame decirte que te equivocas. A pesar de todos los canales de comunicación que están a tu disposición hoy en día, el correo electrónico sigue siendo el modo más eficaz para establecer relaciones de confianza y fidelizar a tus lectoras.

Como todo lo relacionado con el marketing, es importante sentar las bases de tu estrategia. Sí, también necesitas tener una para trabajar con el *e-mail marketing* si quieres tener resultados satisfactorios.

Piensa que enviar una newsletter te roba tiempo de otras cosas, por eso es importante saber por qué lo haces y con qué objetivo. Pero vamos por pasos.

¿Qué necesitas para empezar?

Un gestor de correos electrónicos, conocer a tu público objetivo, tener un calendario de temas, fijar una frecuencia de envío y un pescador de suscriptoras o *lead magnet*.

Fíjate que no he hablado de tener un blog ni nada que se le parezca. Hoy en día, las propias plataformas de gestión de correos te proporcionan las herramientas para crear páginas de ventas. Así que no tener un blog no es excusa para no utilizarlo.

La puedes enlazar en tu biografía de Instagram o en tus redes sociales sin problema y así atraer a las lectoras para que se suscriban a tu lista.

1. Gestor de e-mail marketing. Hay varios que funcionan muy bien y todos tienen versiones gratuitas para empezar como Mailraley, Active Campaign o Mailchimp. Yo utilizo Mailerlite, es gratis hasta mil suscriptores y ha incorporado nuevas herramientas de automatización y creación de páginas.

La automatización te facilita la vida al enviar correos sin que tengas que intervenir ni perder tiempo haciéndolo de forma manual. Es lo que utilizo para los *e-mails* de bienvenida, por ejemplo.

2. Conocer a tu público objetivo. No vale poner «lectoras de novela romántica» porque eso no te sirve para nada. No es lo mismo una chica de veintipocos, universitaria, que una mujer profesional sin hijos o una madre que también trabaja fuera de casa. No tienen las mismas

inquietudes ni les interesan los mismos temas. Y esto es importante a la hora de redactar tu calendario de contenidos.

Para saber a qué tipo de lectora te vas a dirigir es importante analizar las estadísticas de tus redes sociales. Ahí tienes toda la información que te hace falta para dibujar un perfil tipo de lectoras que te siguen y te leen.

3. Tener un calendario de contenidos. ¿Y de qué escribo? El meollo del asunto. Hay que tener mucho cuidado con lo que envías a tus suscriptoras porque conseguir que te den su correo y conservarlo es una cuestión de confianza por encima de todo.

Me ha pasado más de una vez que me he suscrito a algún blog porque me interesaba el contenido del mismo o el regalo que ofrecían y luego no han parado de bombardear semana tras semana con lo magnífico que es su curso o lo bien que me va a venir.

Pues mira, no. Tu curso no me interesa y me he cansado de ti, así que hasta nunca.

Vender siempre no es buena idea porque puedes agotar a tus suscriptoras y espantarlas. Es obvio que quieres vender y que te lean, pero intenta crear curiosidad, hablar del proceso de escritura, de tus dificultades como escritora y de tus éxitos, etc. Como te decía antes, lo importante es establecer una relación de confianza con ellas, lo de las ventas llegará solo.

4. Frecuencia. Mantener una newsletter es tan agotador como mantener un blog o las redes sociales. No puedes enviar cualquier cosa y de cualquier manera, por eso es importante que pienses bien de qué tiempo dispones para esto.

No es solo pensar qué vas a contar, es redactarlo y contestar a aquellas suscriptoras que te escriban en respuesta. Contestar siempre es importantísimo.

Yo envío una *newsletter* una vez por semana, pero tú puedes hacerla quincenal o mensual. Lo importante aquí es la constancia. Elige un día y una hora y cúmplelo.

5. Diseña un *lead magnet*. O lo que es lo mismo, un imán de suscriptoras. Las lectoras que ya te conocen es posible que se suscriban a tu lista porque les intereses o les gusten tus novelas románticas, pero las que no te conozcan aún necesitarán un incentivo.

Puede ser acceso a un sorteo exclusivo para suscriptoras, primeros capítulos o capítulos inéditos de alguno de tus libros, descuentos en plataformas de ventas o en tu propia tienda si la tienes… Hay miles de posibilidades, solo tienes que pensar un poco en la que más te gusta.

Dale un poco al coco y échale imaginación y, sobre todo, piensa por

qué tú te suscribirías a tu lista.

¿Cuáles son las ventajas del *e-mail marketing*?

Utilizar esta herramienta requiere tiempo y un trabajo de preparación, pero creo que es útil y que tiene bastantes ventajas. Estas son las que yo veo:

1. Relación más cercana con lectoras. El e-mail marketing es una de las herramientas más poderosas de ventas que existen, ¿por qué? Porque les hablas directamente a tus lectoras, sin intermediarios, solas tú y ellas; la relación de confianza que estableces es mucho más personal que la que puedas crear en las redes sociales y eso es impagable.

2. No dependes de las redes. Las personas se apuntan a una lista tuya, de tu propiedad. No son de Facebook, ni de Instagram ni de ninguna otra red social que en un momento dado puede echarte o bloquearte dejándote incapacitada para interactuar con ellas.
Seguro que conoces a alguna escritora que ha tenido que empezar de nuevo en sus redes porque les ha pasado algo parecido o incluso a ti misma.

3. Es gratis. Hasta mil suscriptoras no tienes que pagar y te aseguro que esas son muchísimas y que no vas a llegar a ese número en un par de semanas. Además, cada x tiempo tendrás que hacer limpieza y eliminar aquellas cuentas que no abren tus correos; de nada sirve que estén ocupando sitio si no les interesa tu contenido.

4. Te diferencias de las demás. ¿Cuántas escritoras de novela romántica conoces que tengan una estrategia de e-mail marketing y la mantengan en el tiempo?

4. ¿En cuántas redes sociales debes estar presente?

Las redes sociales son el peor enemigo de la mayoría de las escritoras que conozco, bien porque no saben qué publicar, porque no le dedican el tiempo necesario o porque no le ven una utilidad real.

Hoy en día, ya no vale con solo escribir si quieres ganar lo suficiente económicamente, en relevancia y en visibilidad. Es hora de que cambies tu mentalidad y asumas que la presencia en redes forma parte de tu trabajo, te guste o no.

Soy consciente de que son como un agujero negro que come tiempo y energía, por eso, mi consejo es que dediques tus esfuerzos a una, aunque tengas otras de apoyo automatizadas. Hay muchas redes que puedes explorar, pero la que te interesa como escritora de novela romántica o *feelgood* es, sobre todo, Instagram.

Instagram está en constante cambio, pero es una red con múltiples canales y formatos que puedes explotar para hacerte un hueco en el corazón de las lectoras.

Eso no se consigue de la noche a la mañana, hace falta constancia y mucho esfuerzo. Y, por encima de todo, un plan.

Bases para tu plan en Instagram:

1. Analíticas. Si tienes un perfil personal, ya estás tardando en cambiarte a uno de empresa o creador. El de creador es más para *influencers*, para ti, escritora, que eres tu propia marca personal, es decir, tu empresa, lo mejor es un perfil de empresa.

Las estadísticas son tu hoja de ruta, lo que indica qué contenido gusta y qué no y por donde debes dirigir tu plan de publicaciones siguiendo los gustos de tus seguidoras. A fin de cuentas, estás creando contenido para ellas.

Para cambiar a una cuenta de empresa, entra en «Configuración» y elige «Cambiar a cuenta de empresa». Tendrás que iniciar sesión en tu cuenta de Facebook y te pedirá que te crees una *fanpage*. Si no la tienes, es una oportunidad perfecta para hacerte una, si la ya tienes, escoge la opción de no crear página nueva y más adelante desde «Configuración» podrás vincular tu perfil de Instagram con tu *fanpage*. Esto implica que, a partir de ese momento, lo que quieras compartir de Instagram en Facebook se hará en tu página, nunca en tu perfil personal.

2. Tu biografía. La información de tu biografía es lo primero que debe llamar la atención a tus seguidoras, tiene que verse tu cara y quedar claro qué género escribes.

No olvides poner una foto tuya clara y sonriente y rellenar la información de tu perfil de la forma más atractiva posible. Aquí también puedes poner un enlace a tu sitio web o a dónde quieras; es el único lugar donde la aplicación te dejará ponerlo.

Hay muchas posibilidades para crear un árbol de enlaces. Lo ideal es que lo hagas en tu propia web, pero, si no tienes, puedes crearlo en páginas como Metricool, Linktree o en Canva.

3. Prepara un *moodboard*. Una cosa importante que debes tener en cuenta es que Instagram es una red muy visual. En los últimos tiempos, esto está cobrando menor importancia, puesto que le están dando más visibilidad al buen contenido. Aun así, guardar una estética unificada y ordenada ayuda bastante.

Para conseguir esto, lo ideal es tener un *moodboard* que refleje tu imagen de marca e identidad visual. Es decir, y explicado muy por encima, una paleta de colores, unas fuentes tipográficas y unos elementos gráficos que te representen e identifiquen en tus publicaciones.

Uno de los propósitos de tener una cuenta en Instagram es darte a conocer y construir una comunidad, que se interesen por ti y por extensión por tus libros, pero piensa qué quieres transmitir con tus publicaciones y qué clase de imagen quieres proyectar.

4. Elige un diseño. Hay diferentes opciones para ordenar tu *feed*: por colores, columnas, líneas, tablero de ajedrez… Cada uno tiene sus ventajas e inconvenientes. Mi recomendación es que elijas uno que puedas mantener.

Para no estropear el diseño del muro, deja el anuncio de noticias para *stories*, siempre puedes dejarlas fijas en las destacadas si crees que pueden ser útiles para tu audiencia.

5. Haz un calendario de contenidos. Publicar sin tener claro un objetivo no suele funcionar. Atiborrar tu muro de publicidad de tu novela, tampoco.

Lo que he aprendido de *marketing* durante estos años me ha enseñado que solo el 20 % de tus publicaciones deben ser de venta directa, el resto, contenido que eduque, entretenga o ayude.

¿Qué hay en tu cuenta que atraiga a las lectoras? ¿Muestra quién eres? ¿Cuáles son tus valores? ¿Qué intentas expresar con tu escritura? ¿Facilitas la interacción con ellas a través de debates o juegos?

Solo vender todo el rato aburre. No quiero decir que no hables de tus novelas, eres escritora, claro que tienes que hablar de tu trabajo, pero intentando involucrar a las lectoras en él, incentivando la interacción con ellas. Esto es lo que más valora el algoritmo.

Si quieres profundizar en tu estrategia en redes sociales y sacarle el máximo partido a Instagram, echa un vistazo a esto.

ÚLTIMOS CONSEJOS

Como sé que el tema de la visibilidad y el *marketing* es algo espinoso y que casi todas empezamos sin saber mucho por dónde tirar, creo conveniente dejarte unos consejos sobre lo que considero que se debe y no se debe hacer.

El *spam* sin medida. Hay compañeras que afirman que hacer *spam* en grupos de Facebook les da resultados; mi experiencia me dice que es perder el tiempo. En mi grupo de Facebook para escritoras Yo escribo literatura romántica está prohibido, solo se puede hacer una publicación en el estreno y poniendo un *hashtag* específico. Da igual. Algunas integrantes solo se limitan a colocar su publicidad sin interactuar y sin tomarse la molestia de redactar un texto atrayente.

No saber en qué grupos puedes promocionarte y qué días me parece una falta de respeto hacia las compañeras y hacia las administradoras. Además, copiar y pegar el mismo texto en todas partes no llama la atención, ¿por qué tendría que detenerme a leer tu sinopsis si no me ofreces nada diferente?

Enviar mensajes directos a desconocidos en las redes por Twitter, Facebook o Instagram, incluso por *e-mail*. Yo también soy escritora, antes que todo lo demás, y nunca se me ha ocurrido enviar mensajes masivos sin personalizar, sin saber a quién me dirijo. Puedes pensar que ese tipo de intromisión violenta es la única forma de darse a conocer, pero lo único que vas a motivar es un profundo rechazo hacia ti y hacia tu novela.

Si vas a enviarle un mensaje a alguien, tómate el tiempo de analizar quién es, si lee el género que tú escribes, comenta sus posts y compártelos. Establece lazos. No vayas a puerta fría si no quieres que te tachen para siempre.

Solo hablar de lo que te gusta a ti. Es la primera idea que tienes que grabarte a fuego cuando empiezas en esto del *marketing*, que nunca se trata de ti, sino de tus lectoras. De sus gustos, intereses, problemas…

Tienes que hablar de ti, claro que sí, pero con un objetivo y siempre con moderación, intentando relacionar esa experiencia con algo relacionado con tu escritura o con tu trabajo de escritora. Si te pasas día tras día hablando de asuntos que nada tienen que ver con la literatura, estarás atrayendo a una audiencia que tal vez luego no responda cuando saques tu libro a la venta.

No tener un plan. Yo lo planifico todo. Con tan solo cinco horas diarias disponibles para trabajar no me queda más remedio si quiero

exprimirlas al máximo. No tienes que hacerlo igual que yo, pero al menos sí tener una mínima guía antes de lanzarte sin saber qué y cómo.

En las redes es algo que veo imprescindible. Tener una estrategia de publicaciones según objetivos no solo te ayuda a optimizar el tiempo, sino a llevar un camino sin sobresaltos, sabiendo en cada momento por qué estás haciendo esto o aquello.

Quejarte continuamente. Soy de las que piensan que las alegrías se comparten en público y las pataletas se dan en privado. Todas queremos tener cientos de comentarios en Amazon, que nos hagan reseñas maravillosas, que las lectoras vuelvan a nosotras una y otra vez, tener nuestras novelas en los escaparates de las librerías…

Puedo asegurar, sin temor a equivocarme que, en mis años de carrera literaria, jamás me he quejado en público de mi escasez de reseñas, comentarios, ventas o lo que se te ocurra. No es esa la imagen que quiero proyectar, aunque también me duela y me frustre que un determinado lanzamiento no funcione como esperaba.

Si compartes públicamente tus frustraciones más íntimas como escritora de forma continuada, puedes perjudicar tu marca personal, así que antes de darle a «enviar», asegúrate de que quieres compartirlo con el mundo.

Tener tu propia casa. Tus seguidoras en redes sociales en realidad no son tuyas. Si hubiera un problema y perdieras tu cuenta, «bie bie», como dice mi hijo pequeño, a toda tu audiencia y a empezar de cero.

Además, conseguir que tu mensaje llegue a todas tus lectoras cada vez es más difícil debido a que los algoritmos deciden a quiénes les enseñan tus posts siguiendo los patrones de comportamiento de esos mismos seguidores.

Lo que quiero decir con todo esto es que es conveniente tener tu propia lista. Piensa que la gente que se apunte a ella está verdaderamente interesada en lo que tengas que decir, además de ser una herramienta formidable para hablar con tus lectoras de tú a tú y fidelizarlas.

Ser constante. Insisto mucho en esto, pero es que me he dado cuenta de que la constancia es el centro de todo este trabajo.

Si eres constante, puedes mantener un blog, escribir todos los días, publicar en redes… En redes sociales, sobre todo, mantener un ritmo de publicación es fundamental y eso solo se consigue teniendo un plan y ser fiel a él.

Mostrarte. Suelo hablar mucho de esto en mis redes porque es un tema que preocupa bastante a las escritoras de romántica.

¿Hasta dónde puedes hablar de ti? La respuesta te va a parecer de Perogrullo, pero depende de ti. En estos años he visto de todo, hasta fotos de desnudos para promocionar una novela. No estoy haciendo

una valoración, simplemente, lo comento para que veas que el límite lo pones tú.

Lo que está claro es que las fotos o vídeos donde se nos ve tienen un *engagment* muchísimo mayor que la media de publicaciones.

Salir en vídeo cuesta un mundo, lo sé, pero no tienes que empezar tirándote sin cuerda, puedes grabar pequeños vídeos para Reel y romper el hielo y poco a poco aumentar la cantidad y el tiempo de esos vídeos.

Compartir. Leo a autoras españolas y, si me gusta el libro, hago una publicación en mis redes hablando de él y recomendándolo. Al igual que comparto los estrenos de compañeras que sé que escriben muy bien y que puedan gustar a las lectoras que me siguen a mí.

También hago recomendaciones en mi blog o hago recopilatorios por temáticas de novelas que no he leído pero que me parecen interesantes.

¿Por qué lo hago? Primero, porque fomentar la lectura de novela romántica de calidad es una obligación, y segundo, porque sé lo difícil que es llegar a nuevas lectoras que quieran darte una oportunidad. Además, no hay nada que funcione mejor que el boca-oreja de toda la vida.

No te rindas. Escribir es como un viaje en una montaña rusa de emociones; habrá ocasiones en las que te sentirás eufórica y otras en las que querrás abandonarlo todo. Precisamente porque sé qué dificultades puedes encontrarte, he creado una academia de cursos donde puedes formarte a tu ritmo y por tu cuenta de aquellos aspectos que te resulten más complicados e incluso profundizar en todo lo que has aprendido en este libro. También puedo ayudarte durante el proceso de escritura con una mentoría personalizada y adaptada a la situación en la que te encuentres.

Si te apetece estar al día de mis novedades sobre cursos o programas, te animo a suscribirte en www.paolacalvarez.com.

Antes de que cierres este libro, déjame darte un último consejo: persevera porque este camino, aunque duro, siempre es apasionante.